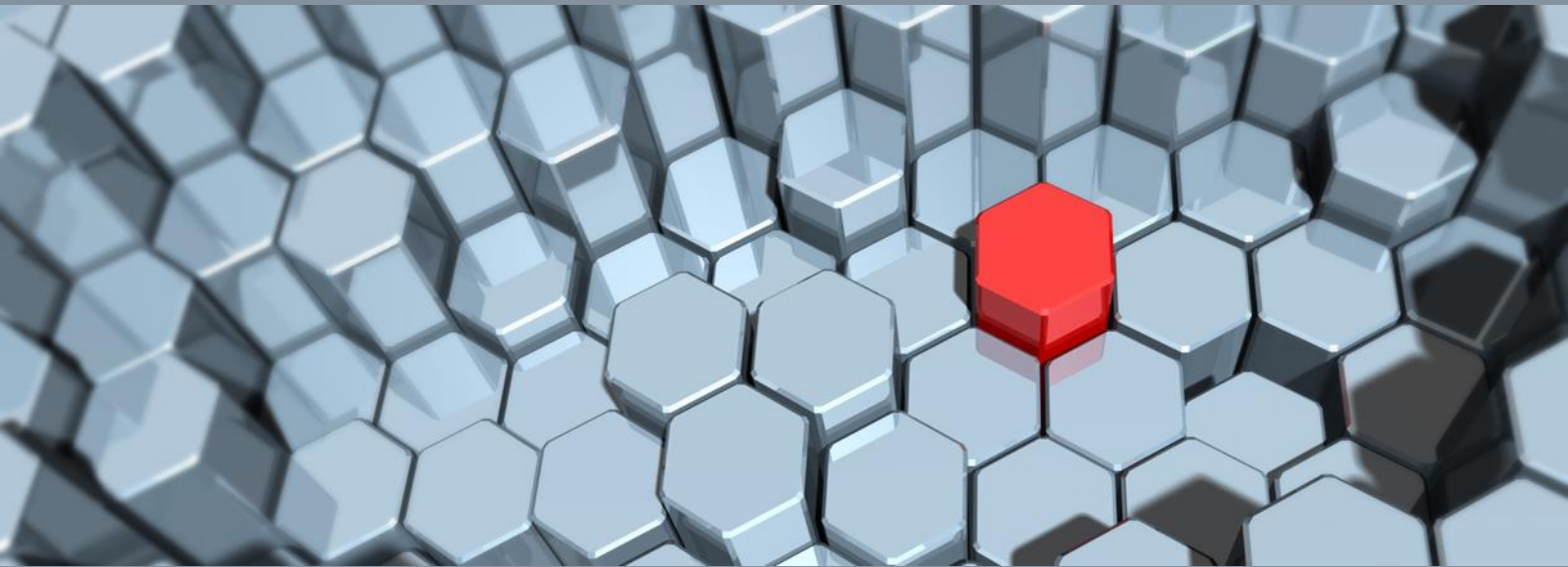


Enschede, ruimtelijk-functionele effectenanalyse vestiging Hornbach

Gemeente Enschede



Enschede, ruimtelijk-functionele effectenanalyse vestiging Hornbach

Gemeente Enschede

Rapportnummer:	203X01348.090298_3
Datum:	10 november 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer H. Hendriks
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Geert Welten, Daan Goos
Trefwoorden:	Doe-het-zelf, bouwmarkt, tuin, ladder voor duurzame verstedelijking
Bron foto kaft:	BRO
Beknopte inhoud:	Ruimtelijk-functionele analyse en laddertoets van de beoogde ontwikkeling van een grootschalige bouw- en tuinmarkt in Enschede, waarbij de conclusie is dat de ontwikkeling voorziet in de behoefte en dat de effecten aanvaardbaar zijn

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

1. AANLEIDING, ONDERZOEK EN RESULTATEN (MANAGEMENTSUMMARY)	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
1.2 Opzet onderzoek	4
1.3 Onderzoeksresultaten en conclusies	5
1.3.1 Conclusie	5
1.3.2 Trede 1: actuele regionale behoefte	6
1.3.3 Trede 2: bestaand stedelijk gebied	11
1.3.4 Trede 3: multimodaal ontsloten	12
2. TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN BELEID	13
2.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche	13
2.2 De formule Hornbach	16
2.3 Positie Hornbach binnen doe-het-zelfsector	18
2.4 Beleidskader	19
3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE PRIMAIR VERZORGINGSGEBIED	20
3.1 Het primair verzorgingsgebied	20
3.2 Aanbodanalyse relevant verzorgingsgebied	21
3.3 Leegstand	23
3.4 Draagvlak relevant verzorgingsgebied	24
3.5 Koopstromen relevant verzorgingsgebied	25
3.6 Economisch functioneren doe-het-zelfbranche en tuincentra	27
3.7 Effecten Hornbach relevante regio	31
BIJLAGEN	35
Bijlage 1: Beleidskaders	36
Bijlage 2: Ontwikkeling bouwmarktaanbod na vestiging Hornbach	38
Bijlage 3: Analyse initiatieven binnen Twente	42

1. AANLEIDING, ONDERZOEK EN RESULTATEN (MANAGEMENTSUMMARY)

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Initiatief

Hornbach wenst in Enschede een grootschalige bouw-/tuinmarkt (inclusief drive-in) te realiseren. Het ten behoeve van deze ontwikkeling opgestelde bestemmingsplan voorziet in een bouw-/tuinmarkt van in totaal 19.800 m² bruto vloeroppervlak (bvo) bestaande uit:

- Het bouwmarktgedeelte van circa 13.800 m² gebruiksvloeroppervlak (inclusief drive-in en ruimte voor buitenverkoop), zijnde circa 10.000 m² wvo¹.
- Het tuincentrumgedeelte van circa 6.000 m² gebruiksvloeroppervlak (inclusief onverwarmde overkapping en ruimte voor buitenverkoop), zijnde circa 2.500 m² wvo (verwarmbaar en vrij van weersinvloeden; zie voetnoot).

Bouwplan

In dit rapport wordt het planologisch maximale programma getoetst, zoals de regels van het bestemmingsplan mogelijk maken. Het concrete bouwplan van Hornbach gaat in Enschede uit van de volgende oppervlaktes van de relevante onderdelen van het concept:

- bouwmarkt: circa 9.600 m² wvo (overdekt, verwarmbaar en exclusief drive-ingedeelte);
- tuincentrum: circa 2.420 m² wvo (overdekt en verwarmbaar).

De beoogde ontwikkeling is dan ook kleiner van omvang dan het planologisch maximum dat getoetst wordt in dit rapport.

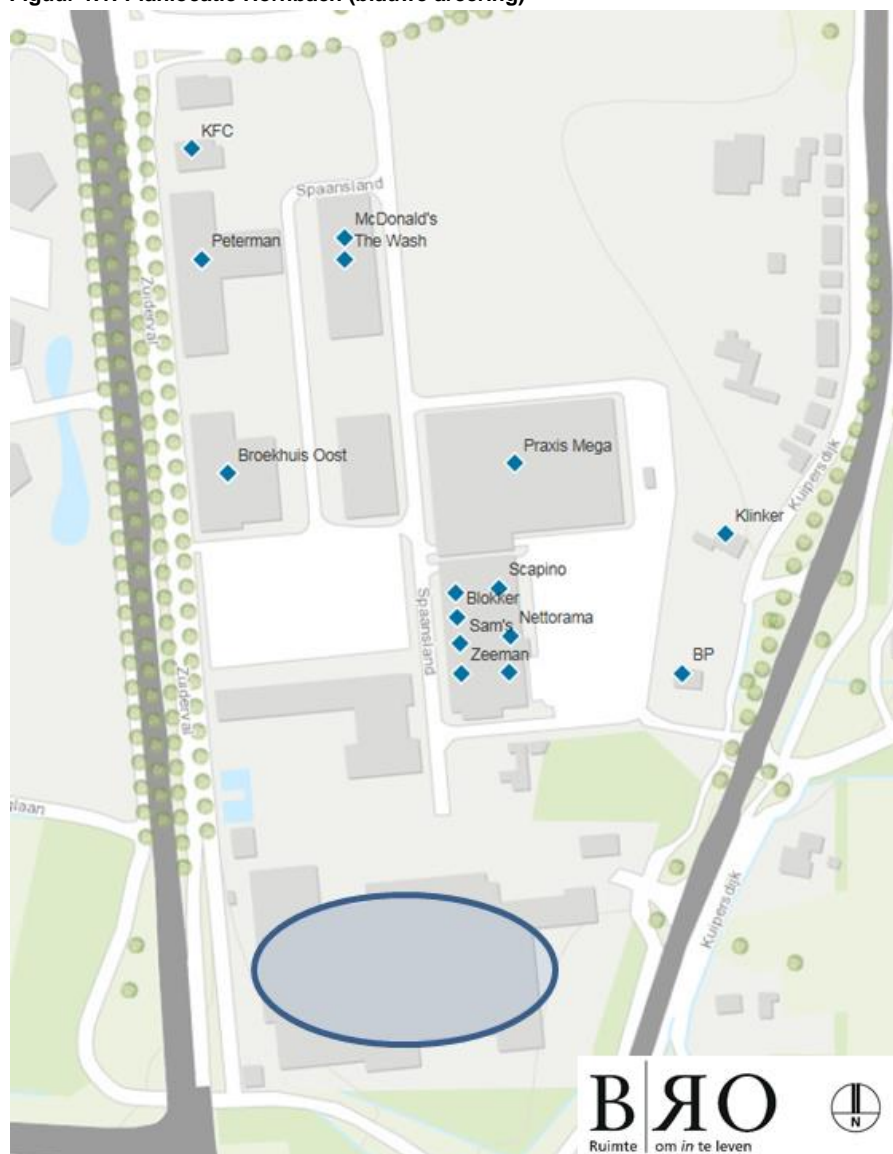
Locatie

Hornbach wenst zich te vestigen op de locatie Zuiderval / Kuipersdijk / Spaansland (figuur 1.1). De locatie Zuiderval ligt direct aan de snelweg A35 en nabij de A1 en de (toekomstige) A18. Dit zijn de verbindingen met de rest van Nederland en Duitsland. Het gebied is zowel per auto als met het openbaar vervoer goed bereikbaar. De weg Zuiderval is één van de verbindingswegen tussen de snelweg A35 en het centrum van Enschede. Het plangebied Zuiderval omvat circa 40 hectare en is daarmee één van de grootste binnenstedelijke herstructureringsgebieden in Nederland.

¹ Het winkelvoeroppervlak (wvo) is het voor consumenten toegankelijke/zichtbare deel van de winkel dat verwarmbaar is en vrij van weersinvloeden. De buitenruimte van alle detailhandel – dus ook van bouwmarkten en tuincentra – wordt niet meegeteld bij het winkelvoeroppervlak. Ook winkeldataleverancier Locatus hanteert deze definitie. Zodoende wordt een eenduidig uitgangspunt voor het oppervlak van een winkel gehanteerd, waardoor winkels onderling goed vergelijkbaar zijn. De eventuele omzet die wordt behaald op de producten die buiten uitgesteld staan wordt meegerekend bij de omzet van de binnenruimte. In de omzet per m² wvo die in de analyses wordt gehanteerd is dan ook altijd de omzet van de buitenruimte verdisconteerd.

Op de locatie Zuiderval / Kuipersdijk / Spaansland is reeds een aantal winkels gevestigd, waaronder een Praxis Megastore, Nettorama supermarkt, Zeeman, Scapino en Blokker. Ook is er DCW gevestigd, het leerwerkbedrijf voor mensen met een arbeidsbeperking, van de gemeente Enschede.

Figuur 1.1: Planlocatie Hornbach (blauwe arcering)



Vraagstelling

Bij beoordeling van het initiatief is het wenselijk inzicht te hebben in de volgende behoefte en de te verwachten ruimtelijke effecten. In dit rapport wordt daarom de volgende vraag beantwoord:

“Voorziet de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Enschede in een behoefte binnen het relevante verzorgingsgebied en zijn de te verwachten effecten ervan aanvaardbaar?”

1.2 Opzet onderzoek

Ruimtelijk-functioneel onderzoek

Het antwoord op de hoofdvraag uit dit onderzoek wordt verkregen door middel van ruimtelijk-functioneel onderzoek, waarbij enerzijds de kwalitatieve en de kwantitatieve behoefte aan ontwikkeling in de doe-het-zelf- en tuinmarkt wordt onderzocht. Anderzijds zijn in dit onderzoek de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling aan de orde. Met de resultaten van het onderzoek wordt de ladder voor duurzame verstedelijking ("ladder") doorlopen.

Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, waaraan iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' moet worden getoetst. Gelet op de planologische mogelijkheden op grond van het vigerende bestemmingsplan, is het te verdedigen dat de beoogde Hornbach-ontwikkeling niet geldt als een nieuwe stedelijke ontwikkeling in het kader van de ladder. Volledigheidshalve wordt de systematiek van de ladder gevolgd om de behoefte en de effecten van de ontwikkeling te onderzoeken.

De Ladder omvat de volgende stappen:

1. Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in stap 1, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.

Bij stap 1 van de Ladder moet antwoord worden gegeven op de vraag in hoeverre de voorgenomen vestiging van Hornbach in Enschede voorziet in een actuele regionale behoefte. Die behoefte kan zowel kwalitatief (op basis van de aard van het aanbod en de verzorging) als kwantitatief (in termen van distributieve marktruimte) beoordeeld worden. Tevens moet in deze stap gekeken worden naar de effecten van het initiatief op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur (in vergelijking tot soortgelijke initiatieven in Nederland) en de leegstand in het verzorgingsgebied. In dit rapport wordt op basis van ruimtelijk-functionele analyse het initiatief van Hornbach getoetst aan stap 1 van de ladder.

De tweede trede van de ladder omvat de vraag of (een deel) van de geconstateerde behoefte op te vangen is binnen het bestaand stedelijke gebied door herstructurering, transformatie of anderszins. De beoogde locatie bevindt zich binnen bestaand stedelijk gebied, waardoor de ontwikkeling in beginsel aan deze stap van de Ladder voldoet. Dit maakt tevens het doorlopen van stap 3 van de ladder niet nodig.

Het voornemen is om de Ladder per 1 juli 2017 aan te passen. Het rijk wil de tekst van de Ladder terug brengen naar de essentie, namelijk de noodzaak om aan te geven dat de voorgenomen nieuwe stedelijke ontwikkeling voorziet in een behoefte plus een motivering indien de stedelijke ontwikkeling niet binnen bestaand stedelijk gebied kan worden gerealiseerd. Daarbij wordt, ter voorkoming van nieuwe definitiekwesties en jurisprudentie, nauw aangesloten bij de huidige laddertekst. De behoefte aan de stedelijke ontwikkeling (niet-woonprogramma) en de locatiekeuze (op hoofdlijnen) zijn onderwerp van voorliggend rapport. Hiermee voldoet het rapport aan de voorgenomen aanpassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Leeswijzer rapport

In de volgende paragraaf wordt bij wijze van conclusie de onderzoeksvraag beantwoord en wordt de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen. De elementen waaruit de conclusie is opgebouwd komen aan de orde in de hoofdstukken daarna.

- Hoofdstuk 2: de kwalitatieve behoefte wordt bepaald op basis van trends in consumentengedrag, ontwikkelingen in het winkelaanbod en de positionering van Hornbach. Ook worden in dit hoofdstuk de relevante kaders vanuit het beleid gegeven.
- Hoofdstuk 3: de (kwantitatieve) behoefte wordt verkend binnen het primaire verzorgingsgebied van de beoogde Hornbach. Dit wordt opgevat als de relevante regio in het kader van de ladder-toets. In het onderhavige geval is dit het gebied dat bereikbaar is binnen circa 25 autominuten vanaf de beoogde locatie, met dien verstande dat rekening is gehouden met de (mogelijke) ontwikkeling van een grootschalige bouw-/tuinmarkt in Hengelo. In hoofdstuk 3 is tevens aandacht voor de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling.
- In de bijlagen bij het rapport zijn uitwerkingen opgenomen van een aantal relevante aspecten. Het betreft de relevante beleidskaders (bijlage 1), een weergave van de ontwikkeling tussen 2007 en 2016 van het bouwmarktaanbod in marktgebieden waar Hornbach reeds gevestigd is (bijlage 2) en een analyse van de drie initiatieven voor grootschalige bouw-/tuinmarkten binnen Twente (bijlage 3).

1.3 Onderzoeksresultaten en conclusies

Deze paragraaf start met beantwoording van de onderzoeksvraag uit paragraaf 1.1. Vervolgens worden de argumenten en overwegingen bij de conclusie weergegeven aan de hand van het doorlopen van de stappen van de ladder.

1.3.1 Conclusie

Voorziet de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Enschede in een behoefte binnen het relevante verzorgingsgebied en zijn de te verwachten effecten ervan aanvaardbaar?

- Met de beoogde ontwikkeling van een grootschalige bouw- en tuinmarkt wordt ingespeeld op de behoefte van consumenten aan service, comfort en ruime keuze in de fysieke winkel (mede als reactie op de e-commerce). Om hierop in te spelen vragen winkelbedrijven in de doe-het-zelf- en tuinbranche om ruimte voor schaalvergroting, welke beschikbaar is op de locatie Zuiderval in Enschede. Een grootschalige bouw-/tuinmarkt is namelijk nog niet aanwezig in het relevante verzorgingsgebied.
- De locatie Zuiderval is beleidsmatig aangewezen als opvanglocatie voor, onder meer, grootschalige bouwmarkten en tuincentra. Ook ontwikkelt Enschede zich de laatste jaren steeds meer tot bovenregionaal koopcentrum, daarom is de locatie Zuiderval een logische vestigingsplaatskeuze voor de beoogde detailhandelsfunctie met een ruim verzorgingsgebied.
- Opgemerkt wordt dat realisatie van de beoogde ontwikkeling weliswaar enig effect kan hebben op het bouwmarktaanbod binnen het verzorgingsgebied, maar dat de omvang van het effect aanvaardbaar is en past binnen een normale ontwikkeling in de concurrentieverhoudingen.
- Verder voorzien de overige, geplande grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente (in Hengelo en Almelo) niet in de behoefte die is geconstateerd binnen het verzorgingsgebied van de beoogde Hornbach in Enschede, omdat Hornbach Enschede een 'eigen' deel van Twente en de Duitse grensregio zal gaan bedienen.

1.3.2 Trede 1: actuele regionale behoefte

Er wordt geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling voldoet aan trede 1 van de ladder voor duurzame verstedelijking, omdat de ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte en omdat de eventuele effecten ervan aanvaardbaar zijn. In het navolgende worden de argumenten en overwegingen weergegeven bij deze conclusie. Ook wordt daarbij aangegeven waar de achtergronden ervan te vinden zijn in het rapport.

Kwalitatieve behoefte

De beoogde ontwikkeling voorziet om de volgende redenen in de kwalitatieve behoefte van de consument. In hoofdstuk 2 staan de achtergronden bij onderstaande conclusies.

- Diverse betrokken partijen geven aan dat er sprake is van een sterke opleving van de woningmarkt (bronnen Rabobank, ABN AMRO Bank, NVM, CBS etc.) en dat is positief voor de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinproducten. Het CBS meet reeds twee maanden op rij een sterke omzetplus in de fysieke winkels van de doe-het-zelfbranche. Zowel in juli als in augustus 2016 was de omzet hoger dan in dezelfde maanden vorig jaar. De stijging ligt fors boven de omzetstijging van de non-foodsector als geheel.
- Een gunstige bijkomstigheid is dat negatieve omzeteffecten van e-commerce relatief beperkt blijven in de doe-het-zelfbranche, want slechts 1,5% van de omzet in de doe-het-zelfbranche verloopt buiten de fysieke winkels om.

- Toch heeft het veranderende consumentengedrag wel degelijk invloed op de doe-het-zelf- en tuinbranche. De klant vraagt om een breder en dieper assortiment, meer service in de winkel en meer winkelcomfort (ruime gangpaden, lage schappen, fraaie productpresentatie). Dit is tevens een reactie op de groei van e-commerce. Een deel van de doe-het-zelf- en tuinmarkt voorziet in deze behoeften van de consument door middel van schaalvergroting.
- De nieuwste vestigingen van Hornbach in Nederland hebben dan ook een grootschalig oppervlak van meer dan 10.000 m² vvo. Deze winkels beschikken naast het bouwmarktgedeelte over een tuincentrumdeel en een drive-in. De grootschalige oppervlakte is nodig om een breed en diep assortiment te voeren en de artikelen optimaal te kunnen presenteren. De grootschalige bouw-/tuinmarkten onderscheiden zich ten opzichte van andere bouwmarkten verder in het aanbieden van productdemonstraties en extra service aan de consument.
- De beoogde komst van Hornbach heeft een positief effect op de kwaliteit van de lokale consumentenverzorging, door een nog ontbrekend en grootschalig winkelconcept aan het huidige aanbod toe te voegen, want het huidige aanbod in het relevante verzorgingsgebied (de Nederlandse gemeenten Enschede, Haaksbergen en Losser en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek) bestaat momenteel (medio 2016) uitsluitend uit reguliere en/of kleinschalige bouwmarkten en doe-het-zelfspeciaalzaken.
- De verwachting is dat komst van een nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkt – met een zeer ruim assortiment en een aantrekkelijke prijsstelling – zal zorgen voor een opleving van het doe-het-zelf in de regio. Hierbij kopen consumenten de 'bulk' bij de bouwmarkt en voor specialistisch productaanbod en specialistische service (waaronder installatie) zal een deel van de consumenten de speciaalzaak (vaak omde-hoek) bezoeken, waardoor de gehele sector profiteert van de vernieuwing in de markt door de komst van de nieuwe aanbieder.
- Van belang is ook dat het totaal aantal inwoners van het relevante verzorgingsgebied nog licht zal groeien en dan vooral in de gemeente Enschede. Deze groei van het inwonertal levert als vanzelf een behoefte aan meer doe-het-zelf- en tuinproducten op, omdat de huizen en tuinen van deze nieuwe inwoners verfraaid moeten worden.
- Verder zal de beoogde ontwikkeling van een grootschalige bouw-/tuinmarkt niet bijten met vergelijkbare initiatieven in Twente (in Hengelo en Almelo), omdat Hornbach Enschede een 'eigen' deel van Twente en de Duitse grensregio zal gaan bedienen.

Kwantitatieve behoefte

De beoogde ontwikkeling voorziet om de volgende redenen in de kwantitatieve behoefte. In hoofdstuk 3 staan de achtergronden bij onderstaande conclusie.

- Als vermeld, bestaat het relevante verzorgingsgebied uit de Nederlandse gemeenten Enschede, Haaksbergen en Losser en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek. Bij de afbakening van dit verzorgingsgebied is enerzijds rekening gehouden met het primaire verzorgingsgebied van Hornbach dat op circa 25 autominuten van de beoogde locatie is begrensd. Anderzijds is meegenomen dat de beoogde

ontwikkeling in Hengelo voor een deel van het 25-autominutengebied voorziet in de behoefte, waardoor het verzorgingsgebied van Hornbach Enschede in het noordwestelijk deel wordt beperkt.

- In totaal heeft het doe-het-zelfaanbod in het Nederlandse deel van het relevante verzorgingsgebied een omvang van 149 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is minder dan het landelijke gemiddelde van 165 m² wvo. Uiteraard moet deze vergelijking in perspectief worden gezien, maar het geeft een indicatie dat er ruimte is voor groei van het doe-het-zelfaanbod in de regio.
- In de huidige marktomstandigheden in de doe-het-zelfbranche bedraagt de vloerproductiviteit per m² wvo circa € 1.550,- per m² wvo in het Nederlandse deel van het verzorgingsgebied. Deze vloerproductiviteit ligt boven het landelijk gemiddelde. In het relevante verzorgingsgebied is daarom sprake van gezonde marktomstandigheden met ruimte voor investeringen en ruimte voor uitbreiding van het doe-het-zelfaanbod.

Aanvaardbaarheid van de effecten

Uit het ruimtelijk-functioneel onderzoek volgt dat de beoogde ontwikkeling mogelijk ruimtelijke effecten heeft binnen het relevante verzorgingsgebied. Om de volgende redenen wordt geconcludeerd dat deze eventuele effecten aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in het relevante verzorgingsgebied. In hoofdstuk 3 staan de achtergronden bij onderstaande conclusies.

- De markt voor tuincentra in het relevante verzorgingsgebied zal verder worden versterkt door de beoogde ontwikkeling. Te meer, omdat het tuincentrumdeel in combinatie met het bouwmarktdeel zal worden bezocht, vooral door bezoekers die van een grotere afstand komen. Door dit markteffect blijft de gemiddelde omzet per m² wvo in de tuincentra in het relevante verzorgingsgebied na de komst van de beoogde Hornbach min of meer gelijk aan de huidige marktomstandigheden. Er is dan ook geen substantieel effect te verwachten van de beoogde ontwikkeling op de overige tuincentra in het relevante verzorgingsgebied. Deze tuincentra hebben namelijk reeds een stevige marktpositie met unieke kwaliteiten en een eigen (soms zeer grootschalig) concept.
- De beoogde Hornbach-ontwikkeling zal effect kunnen hebben op de doe-het-zelfbranche in het relevante verzorgingsgebied, omdat de omzet per m² in deze branche erdoor kan dalen tot onder het landelijk gemiddelde. Dit verschil met het gemiddelde hoeft er echter niet direct toe te leiden dat de winkels in de doe-het-zelfbranche in het relevante verzorgingsgebied niet meer economisch-duurzaam kunnen functioneren, want:
 1. de voortdurende schaalvergroting zorgt sowieso voor een dalende omzet per m² in regio's (maar wel een toenemende totaalomzet);
 2. winkels kunnen ingrijpen in inkoopbeleid, openingstijden, personeelsbeleid, assortiment, doelgroep en daardoor de winstgevendheid op peil houden;
 3. in de analyse is geen rekening gehouden met het genoemde sterke herstel van de woningmarkt, waardoor als gevolg daarvan ook de uitgaven aan doe-het-zelf- en tuinproducten zullen stijgen. CBS-cijfers geven aan dat deze stijging reeds

plaatsvindt, omdat de omzet in de doe-het-zelfwinkels in juli en in augustus fors hoger was dan in dezelfde maanden vorig jaar (respectievelijk +5% en +8%).

- Met bovenstaande nuancering in het achterhoofd is een analyse uitgevoerd van de te verwachten effecten van de Hornbach-ontwikkeling. Een belangrijke factor in de effectanalyse is de lokaal gehaalde omzet per m² ten opzichte van de landelijke gemiddelde omzet per m² in de betreffende branche. Voor dit landelijke gemiddelde zijn in de analyse de volgende waarden gehanteerd:
 - De 'realistische' omzet per m² wvo. Deze is gebaseerd op een continuering van de gemiddelde omzet per m² wvo die de afgelopen jaren gehanteerd is, waarmee de marktomstandigheden op realistische wijze inzichtelijk kunnen worden gemaakt. Zie ook het tekstkader in paragraaf 3.6 voor een toelichting op deze keuze.
 - De 'hoge norm'. Deze is afkomstig van de detailhandel.info, maar het is aanneemelijk dat het cijfer uit deze bron niet realistisch is. De landelijke omzet in de doe-het-zelfbranche is namelijk gedaald, terwijl de totale omvang (in m² wvo) van het winkelaanbod in deze branche in Nederland nagenoeg gelijk is gebleven. Deze ontwikkelingen hadden moeten resulteren in een daling van de omzet per m² in de doe-het-zelfbranche, maar het kengetal ligt juist fors hoger ten opzichte van voorgaande jaren. Bij de volgende uitgave van detailhandel.info zal hier dan ook naar gekeken worden.
- Als de realistische omzet per m² wordt gehanteerd in de effectanalyse blijft er voor alle detailhandel in de doe-het-zelfbranche in het relevante verzorgingsgebied voldoende omzet te behalen voor economisch-duurzaam functioneren. Er hoeven in beginsel dan ook geen winkels te sluiten als gevolg van de beoogde ontwikkeling en de leegstand neemt niet toe, waarmee de ontwikkeling aanvaardbaar is ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat.
- Bij het hanteren van de hoge norm voor de omzet per m² zijn er effecten te verwachten op de doe-het-zelfbranche in het verzorgingsgebied. Het hanteren van deze norm wordt opgevat als het *worst case scenario*. Zoals de naam al zegt, is het zeer onwaarschijnlijk dat dit scenario waarheid wordt. Ook is het de conclusie dat zelfs in het worst case scenario de effecten van de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar zijn.
- In het worst case scenario is er in de toekomstige situatie meer bouwmarktaanbod dan verwacht wordt op basis van het landelijk gemiddelde, waarbij mogelijk in het uiterste geval één bouwmarkt niet meer rendabel is en de deuren moet sluiten. Hoewel het onwaarschijnlijk is dat dit gebeurt, zal de kans op een eventueel effect het grootst zijn voor één van de bouwmarkten die qua profilering dicht bij Hornbach ligt en ruimtelijk minder gunstig gesitueerd is in de detailhandelsstructuur. Hierbij is het vooral van belang of voor de bouwmarkt het 'eigen verzorgingsgebied' behouden blijft.
- Er wordt geen substantieel effect verwacht op de volgende doe-het-zelfzaken:
 - De bouwmarkt in Haaksbergen, de bouwmarkt in Losser en de 'breedpakketzaak' (Fixet) in Glanerbrug behouden hun functie als bouwmarkt-om-de-hoek binnen het eigen verzorgingsgebied en ondervinden daardoor relatief weinig effect van de Hornbach-ontwikkeling.

- De moderne en relatief grote Praxis ligt in de directe nabijheid van de planlocatie en mogelijk kunnen Hornbach en Praxis van elkaars nabijheid profiteren.
- De bouwmarkten op / bij woonboulevard Schuttersveld worden nauwelijks bedreigd, omdat deze woonboulevard wordt vernieuwd en daardoor aan trekkracht wint. Deze bouwmarkten hebben daarnaast een eigen verzorgingsfunctie voor het noordelijke en westelijke woongebied van Enschede.
- Verder wordt geconcludeerd dat de invloed van de beoogde ontwikkeling op de doe-het-zelfspeciaalzaken in het relevante verzorgingsgebied beperkt zal zijn, omdat deze bedrijven met specialistische service en specialistisch productaanbod nu reeds kunnen concurreren met de bouwmarkten in de regio. Eventueel kan de komst van een nieuwe bouwmarkt in een marktgebied bestaande, autonome processen in het specialistisch doe-het-zelfaanbod enigszins versnellen. Dit kan eerdere sluiting van lokaal doe-het-zelfaanbod tot gevolg hebben, maar het feit blijft dat de onderliggende oorzaken daarvan dieper liggen en dat de ontwikkelingen in bouwmarkten daar slechts een zijdelingse factor in zijn. Tevens zijn ruimten van leegkomende doe-het-zelfspeciaalzaken in beginsel prima opnieuw in te vullen / te herontwikkelen tot andersoortige detailhandel of een andere consumentgerichte functie.
- Gelet op de detailhandelsstructuur, zal het omzeteffect zich in het worst case scenario kunnen voordoen bij de Gamma aan de Slijpsteen of de Multimate aan de Buurserstraat. In een onwaarschijnlijke situatie kan het gebeuren dat één van beide bouwmarkten de toegenomen concurrentie niet aankan en de deuren moet sluiten. Voor beide risicopanden (Gamma en Multimate) zijn bestemmingsplanmatig brede mogelijkheden voor herinvulling. Daarnaast staan de bouwkundige aspecten (efficiënte ‘dozenbouw’) van een bouwmarkt herinvulling met andersoortige perifere detailhandel of herontwikkeling naar een bedrijf in beginsel niet in de weg. Uit het gegeven dat er in de directe nabijheid van de panden geen leegstand is, wordt geconcludeerd dat het eventueel leegkomen van één pand – in het onwaarschijnlijke, worst case scenario – in deze gebieden, niet tot een zodanige leegstand leidt dat dit in ruimtelijke zin onaanvaardbaar is.
- Tot slot heeft de komst van Hornbach in geen van de bestaande marktgebieden van dit bedrijf tot gevolg gehad dat de markt voor bouwmarkten verstoord werd. In bijlage 2 is te zien dat er doorgaans juist geïnvesteerd wordt door bouwmarkten in een regio om de concurrentie met Hornbach aan te gaan. Het bovenstaande in overweging nemend wordt geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Beoogde ontwikkeling in relatie tot de initiatieven in Twente

In bijlage 3 staan de achtergronden bij onderstaande conclusies.

- In totaal is binnen Twente de komst van drie grootschalige bouw-/tuintuinen beoogd:
 1. In Enschede, waarvoor nu de procedure wordt doorlopen.
 2. In Hengelo, waarvan het bestemmingsplan onherroepelijk is.
 3. In Almelo, waarvoor de procedure nog gestart moet worden.

- Hoewel de drie initiatieven nog niet allemaal opgevat moeten worden als harde plancapaciteit, is bekeken hoe de ontwikkelingen zich tot elkaar verhouden.
- Op de eerste plaats bedienen die drie initiatieven allen een eigen deel van Twente én de omliggende regio, respectievelijk oost (inclusief Duitsland), midden en west. Daarbij bevinden de drie initiatieven zich in de drie grootste steden van Twente, respectievelijk Enschede, Hengelo en Almelo, waardoor een groot deel van het draagvlak voor elk initiatief verzekerd is.
- Tegelijk is de verwachting dat komst van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten effect kunnen hebben op de doe-het-zelfmarkt in Twente (voor de tuinmarkt wordt geen substantieel effect verwacht vanwege het unieke, deels zeer grootschalige aanbod in Twente).
- In de effectanalyse is ook voor Twente uitgegaan van een realistische en een hoge norm voor de omzet per m² wvo (zie bovenstaande). Het resultaat hiervan is dat de te verwachten effecten van de bouwmarktontwikkeling in Twente uiteenlopen van het wegvallen van één bouwmarkt in het realistische scenario tot meerdere bouwmarkten in het worst case scenario.
- Het is zeer onwaarschijnlijk dat het worst case scenario zal optreden, maar zelfs in dit meest zwarte scenario zijn de effecten aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.
 - Allereerst gaat het aanbod er per saldo nauwelijks op achteruit, omdat er binnen Twente meer dan 20 bouwmarkten blijven, waarvan 3 grootschalige bouw-/tuinmarkten met drive-in.
 - Door de drie initiatieven in Twente zal – zelfs in het worst case scenario – tegelijk de omvang van de sector toenemen en is er sprake van vernieuwing door de komst van de vernieuwende aanbieders in de markt, waardoor de consumentenverzorging er per saldo sterk vooruit gaat.
 - Het is op voorhand niet te voorspellen welke bouwmarkt(en) in Twente het zal betreffen. Door het grote gebied zal het effect zich verspreid voordoen, waardoor ook de eventuele sluitingen verspreid zullen plaatsvinden.
 - Verder is het van belang dat door de drie initiatieven in Twente het aanbod zich steeds meer concentreert in de grootste steden binnen dit gebied. Dit sluit aan bij de trends en ontwikkelingen in de detailhandel, waarbij de consument bereid is verder te reizen voor beter winkelaanbod / meer keuzevrijheid.
 - Verder staan, als vermeld, de bouwkundige aspecten (efficiënte ‘dozenbouw’) van een bouwmarkt herinvulling met andersoortige perifere detailhandel of herontwikkeling naar een bedrijf in beginsel niet in de weg. Het is dan ook niet te verwachten dat leegkomende bouwmarkten structureel leeg blijven staan. Daarbij zullen eventuele leegstandseffecten verspreid over Twente plaatsvinden, waardoor de toename van de leegstand voor de lokale situatie beperkt blijft.

1.3.3 Trede 2: bestaand stedelijk gebied

In de bij trede 1 geconstateerde behoefte kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering binnen bestaand stedelijk gebied. De beoogde locatie maakt namelijk onderdeel uit van het bestaand stedelijk gebied, waarbij de ontwikkeling kan worden opgevangen op percelen die door herontwikkeling/herstructurering geschikt zijn voor de inpassing van de beoogde Hornbach. Van belang is ook dat de loca-

tie zich bevindt aansluitend aan een bestaand concentratiegebied voor grootschalige detailhandel binnen Enschede.

1.3.4 Trede 3: multimodaal ontsloten

Omdat in de behoefte kan worden voorzien binnen bestaand stedelijk gebied, heeft trede 3 van de ladder niet te worden doorlopen. Desondanks wordt opgemerkt dat de beoogde locatie passend is ontsloten voor auto en fiets, met OV-haltes op korte afstand.

2. TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN BELEID

In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de actuele, kwalitatieve behoefte van de consument (zie paragraaf 1.3.2). Hiertoe wordt allereerst gekeken naar de trends en ontwikkelingen in de relevante branches (paragraaf 2.1). Vervolgens wordt nagegaan op welke wijze de initiatiefnemer hierop aansluit (paragraaf 2.2 en 2.3). Ook de relevante kaders vanuit het beleid worden gegeven in dit hoofdstuk (paragraaf 2.4).

2.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche

De markt van doe-het-zelfzaken en tuincentra is volop in beweging. In het navolgende worden de relevante trends geschetst betreffende de ontwikkeling van beide branches in Nederland, alsook hun toegenomen betrekking/integratie. Daaruit zal duidelijk worden (zie ook paragraaf 2.2) hoe de Hornbach-formule niet alleen tekenend is voor deze ontwikkelingen, maar daarin ook een trekkersrol vervult.

Doe-het-zelf

- Het verbeterde imago van zelfwerkzaamheid, de individualisering van de woonomgeving en de toenemende 'kluservaring' van de consument (geholpen door doe-het-zelf tv programma's) hebben de afgelopen decennia voor een groei van het doe-het-zelfen en het bouwmarktenaanbod gezorgd. Ook vrouwen nemen steeds vaker het voortouw om te gaan klussen. Hierdoor is er in de bouwmarkten een trendverschuiving naar woondecoratie te zien.
- De omzetten in de doe-het-zelfbranche zijn in voorgaande jaren gedaald als gevolg van de woningmarkt- en de economische crisis. Nu de conjunctuur weer aantrekt, trekken ook de bestedingen in deze branche weer aan. Diverse betrokken partijen geven namelijk aan dat er sprake is van een sterke opleving van de woningmarkt² (bronnen Rabobank, ABN AMRO Bank, NVM, CBS etc.) en dat is positief voor de bestedingen aan doe-het-zelfartikelen. Het CBS meet reeds twee maanden op rij een sterke omzetplus in de fysieke winkels van de doe-het-zelfbranche. Zowel in juli als augustus 2016 was de omzet hoger dan in dezelfde maanden vorig jaar³. De stijging was respectievelijk +5% en +8%. Deze ligt fors boven de omzetstijging van de non-foodsector als geheel.
- Een gunstige bijkomstigheid is dat negatieve omzeteffecten van e-commerce relatief beperkt blijven in de doe-het-zelfbranche, want slechts 1,5% van de omzet in de doe-het-zelfbranche verloopt buiten de fysieke winkels om, waarbij *multichannel*-omzet bij fysieke winkels wordt geteld (detailhandel.info, 2016).

² 'Nog nooit zoveel woningen verkocht in een kwartaal', Nu.nl, 07-07-2016

³ <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/41/detailhandel-zet-meer-om-in-augustus> (CBS, 14-10-2016)

- De schaalvergroting zet door, 3.000 tot 5.000 m² wvo is voor een bouwmarkt tegenwoordig gebruikelijk (Locatus, 2016). Daarnaast is er ook een toenemende druk vanuit de markt voor het vestigen van zeer grootschalige vestigingen. De Hornbachformule die al gauw 10.000-20.000 m² wvo vraagt voor een bouwmarkt, tuincentrum en bedrijvenservicepunt onder één dak is hier een voorbeeld van. Bauhaus komt met een vergelijkbare formule naar Nederland (eerste vestiging in Groningen).
- De uitbreiding van het winkelvloeroppervlak gaat gepaard met verbreding en verdieping van het assortiment. Ook neemt de integratie van productgroepen toe. Het is echter een misvatting dat grootschalige bouw-/tuinmarkten een groot aandeel branchevreemde artikelen voeren. Bij de grootschalige bouw-/tuinmarkten van Hornbach zijn branchevreemde artikelgroepen in het assortiment juist nagenoeg afwezig. Zoals te zien is in tabel 2.1, is de samenstelling van het reguliere assortiment van bijvoorbeeld Hornbach overeenkomstig met het reguliere assortiment van de grootste bouwmarktformules in Nederland – Praxis, Karwei en Gamma. Belangrijk daarbij is dat alle bouwmarkten (en tuincentra) naast bouwmaterialen uiteenlopende artikelen verkopen voor de bouw en de verfraaiing van woning en tuin. Deze artikelgroepen zijn standaard onderdeel van bouwmarkten en zijn dan ook niet aan te merken als branchevreemd. Bij de grootschalige bouw-/tuinmarkten is dit assortiment echter zowel veel breder als dieper. Ten aanzien van het nevenassortiment geldt dat juist de reguliere bouwmarkten relatief veel aanvullende artikelgroepen voeren.

Tabel 2.1: Gevoerde artikelgroepen naar bouwmarkt (indicatie o.b.v. assortimentslijsten websites)

	Hornbach	Bauhaus	Praxis	Karwei	Gamma
<i>Regulier ass. bouwmarkten (en tuincentra):</i>					
Bouwstoffen, hout, ramen, deuren	✓	✓	✓	✓	✓
Machines, gereedschap, werkplaats	✓	✓	✓	✓	✓
Vloeren, tegels	✓	✓	✓	✓	✓
IJzerwaren	✓	✓	✓	✓	✓
Verf, behang	✓	✓	✓	✓	✓
Woondecoratie, lijstenmakerij	✓	✓	✓	✓	✓
Verwarmen, koelen, ventileren	✓	✓	✓	✓	✓
Keukens	✓	✓	✓	✓	✓
Badkamer, keukens, sanitair	✓	✓	✓	✓	✓
Verlichting, elektra	✓	✓	✓	✓	✓
Auto- en fietsaccessoires	✓	✓	✓	✓	✓
Tuin	✓	✓	✓	✓	✓
Dieren, aquaria	✓	✓	✓		
<i>Nevenassortiment:</i>					
Huishoudelijke artikelen	✓	✓	✓	✓	✓
Watersportartikelen		✓		✓	✓
Sportartikelen			✓	✓	✓
Speelgoed				✓	✓
Bruin- en witgoed				✓	✓

- Ook de bouwmarkten gaan zich segmenteren. De Intergamma-formule Karwei is zich bijvoorbeeld meer gaan richten op decoratieve artikelen, terwijl Gamma de constructieve formule blijft. Gamma en Praxis zijn daarnaast gestart met meer kleinschalige 'stadswinkels' in reguliere winkelcentra in stedelijke gebieden.
- Bouwmarkten maken een kwaliteitsslag door het introduceren van verschillende nieuwe producten en concepten. Voorbeelden zijn de opname en verhuur van gereedschap, shop-in-shops van Bosch en de verkoop van verschillende designproducten (o.a. Jan des Bouvrie voor Gamma en Marcel Wanders voor Karwei). Daarnaast gaat ook de beleving een grotere rol spelen. Dit uit zich in de vestiging van horecaformule La Place in een bouwmarkt in Amsterdam en productdemonstraties.
- Het onderscheid tussen professioneel toeleverende zaken en de reguliere detailhandel neemt af. Enerzijds richten bouwmarkten zich meer op levering aan aannemers en kleine zelfstandigen, terwijl anderzijds de professionele toeleveranciers hun assortiment verbreden, showrooms inrichten en aparte balies maken voor particulieren.

Tuincentra

- De belangstelling van consumenten voor de tuin is de laatste jaren gegroeid en blijft groot. Tuincentra spelen in op deze toenemende belangstelling door zich steeds breder en vernieuwend te presenteren. Tuincentra hebben bijvoorbeeld steeds vaker een uitgebreid assortiment aan kerst- en paasartikelen. De verkoop hiervan wordt ook gebruikt om de seizoensafhankelijkheid te verminderen.
- De onderlinge concurrentie tussen de tuincentra neemt toe. In Nederland zijn de laatste jaren verschillende tuincentraformules opgekomen, waarvan Intratuin en GroenRijk de grootste zijn met meer dan 40 vestigingen. Ook is er een aantal kleinere tuincentraketens met meer dan 10 vestigingen, zoals Life & Garden, Overvecht en Ranzijn⁴. Verder zijn er nog enkele kleinere tuincentraformules.
- Tuinartikelen worden steeds vaker verkocht ook door grootschalige winkels in andere branches. Zo hebben de bouwmarkten Hornbach, Bauhaus en Praxis XL een tuinafdeling van 2.500 - 4.000 m² wvo, maar ook reguliere bouwmarkten steken in het seizoen sterk in op tuinaarde, tuinhout en perkgoed. Verder is bij IKEA het aanbod in de branche plant & dier in het nieuwe winkelconcept nog prominenter neergezet. Maar ook kwekerijen en tuinderijen (in het buitengebied) gaan steeds vaker hun producten direct aan de consument verkopen.
- Naast de concurrentie met bouwmarkten wordt ook de concurrentie met agri-formules steeds scherper. Deze winkels leveren een totaalassortiment op het gebied van het buitenleven: tuin, dier, functionele werk- en buitenkleding, kampeerartikelen, doe-het-zelf artikelen voor de buitenklus en seizoensartikelen. Verder zijn er ook meerdere grootschalige winkels die zich specifiek op tuinmeubelen richten (bijvoorbeeld Kees Smit in Amersfoort en Almelo) en zijn er de tuinmachine-speciaalzaken (met Van Cranenbroek als bijzondere speler).

⁴ Bron: Locatus Retailverkenner 2016

- Tuincentra met een moderne schaalgrootte (indicatief rond 10.000 m² wvo binnenruimte) zijn niet alleen lokaal verzorgend, maar trekken ook klanten van verder weg. De ondernemingen geven minder dan voorheen de voorkeur aan een solitaire vestiging. Een antwoord op de verwachte verdere expansie van met name de bouwmarkten-annex-tuincentra kan dan ook gevonden worden in samenwerking in de vorm van vestiging van bouwmarkten nabij een tuincentrum of andersom. Uit de praktijk blijkt dat deze winkeltypen elkaar kunnen versterken: beiden zijn gericht op aankopen voor 'in en om het huis'. Tuincentra richten zich daarbij meer op vrouwen en bouwmarkten meer op mannen. Daar waar beide winkels bij elkaar liggen, kan het koopmoment van beide partijen gecombineerd worden.

2.2 De formule Hornbach

Formule in grootschalige bouwmarkten

Als vermeld, reageert een deel van de markt op bovengenoemde consumententrends door schaalvergroting. De allergrootste bouwmarkten in Nederland hebben een omvang van 10.000 tot 20.000 m² bruto vloeroppervlak. Hornbach is de grootste binnen dit segment met 11 vestigingen in Nederland, waarvan 8 groter dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). Een goede tweede is Praxis met de formule 'Praxis & Tuin', waarvan 7 vestigingen groter zijn dan 10.000 m² wvo (de bouwmarkt en het overdekte deel van het tuincentrum samen). De grootschalige oppervlakte is nodig om de gevoerde artikelen optimaal te kunnen presenteren. Het assortiment omvat circa 60.000 artikelen in de winkel (en circa 120.000 artikelen te bestellen). Ter vergelijking: een traditionele bouwmarkt voert een assortiment van zo'n 15.000 artikelen.

Onderscheidend vermogen Hornbach

Niet alleen door middel van schaalvergroting, maar ook met de volgende aspecten probeert Hornbach zich te onderscheiden binnen de markt.

- Het onderscheidend vermogen van een Hornbach formule ten opzichte van andere bouwmarkten in Nederland zit mede in het aanbieden van extra service aan de consument. Er zijn onder andere 10 servicebalies voor de verschillende productgroepen aanwezig, waar de consument zich uitgebreid kan laten voorlichten over de artikelen. Elke informatiebalie wordt bemand door deskundig personeel. Door middel van een intensieve in-company opleiding (de zogenaamde 'Hornbach-academie') wordt ongeveer 20% van het personeel van elke vestiging getraind als vraagbaak.
- Tevens wordt het servicepersoneel geschoold in bemiddeling van de cliënt richting aannemers voor het laten installeren van de gekochte artikelen. Deze bemiddelingsrol is een typische activiteit van de nieuwe generatie bouwmarkten; hierdoor ontstaat een nieuwe onderlinge verbondenheid tussen het nationale filiaalbedrijf (voor de artikelen) en het regionale midden- en kleinbedrijf (voor de installatie).

- Voorts worden door Hornbach wekelijks productdemonstraties gegeven. Voor deze demonstraties beschikt Hornbach in elke vestiging over een eigen 'leslokaal' waar de consument gratis informatie krijgt over het klussen in huis en tuin.
- Niet alleen qua omvang en assortiment is Hornbach onderscheidend ten opzichte van haar concurrenten, ook in de prijsstelling is dat het geval. Een onderzoek van de Consumentenbond.nl⁵ heeft uitgewezen dat Hornbach verreweg de voordeligste bouwmarkt is. Hornbach hanteert de 'laagste prijsgarantie' niet alleen voor de fysieke aankopen in de winkel, maar ook ten opzichte van de internetaankopen. Uit een onderzoek onder 3.250 A-merken bij acht bouwmarktketens noteerde Hornbach prijzen die 10 tot 11% goedkoper waren dan bij de andere ketens. Ook per productgroep is Hornbach de goedkoopste bouwmarkt.
- De nieuwste vestigingen van Hornbach beschikken over een drive-in, waar de klanten met hun auto of busje het gewenste schap in de drive-in kunnen bereiken, de materialen op een inkooplijst noteren, direct in het voertuig plaatsen en alles in een keer kunnen afrekenen. De drive-in biedt gemak en veel tijdwinst voor zowel de consument als de professional. Het is de bedoeling dat op termijn aan alle Hornbach vestigingen in Nederland een drive-in wordt toegevoegd.
- Hornbach werft voor elke vestiging, deels in overleg met het UWV, meer dan 150 nieuwe personeelsleden. Daarbij gaat de voorkeur uit naar personeel uit de eigen regio, om beter te kunnen inspelen op de specifieke smaakvoorkeuren van het eigen publiek. Bijzondere aandacht wordt hierbij ook besteed aan mensen die ver van de arbeidsmarkt af staan. In overleg met de gemeente worden hiervoor speciale programma's opgesteld.
- Hornbach heeft niet alleen een positieve invloed op de lokale werkgelegenheid maar stimuleert ook lokale bedrijven omdat Hornbach deze inschakelt bij de realisatie van de bouwmarkt. De hieruit voortkomende indirecte werkgelegenheid levert nog eens 150 arbeidsplaatsen op (niet alleen installatieservice maar ook beveiliging, catering, schoonmaak, enz.).
- Op basis van ervaringen met Hornbach bouw- en tuinmarkten in de Nederlandse vestigingen blijkt dat circa 75% van de omzet van Hornbach afkomstig is uit het gebied dat op circa 25 autominuten ligt van de betreffende Hornbach vestiging. De overige 25% komt van verder weg. Hornbach bouw- en tuinmarkten hebben derhalve een vrij sterke (sub)regionale verzorgingsfunctie en dragen sterk bij aan het imago van de betreffende gemeente. Naarmate het netwerk van grote bouwmarkten fijnmaziger wordt (en dat is met de schaalvergroting de laatste jaren het geval) neemt het verzorgingsbereik wel iets af.

Gezien het bovenstaande, wordt geconcludeerd dat Hornbach onderscheidend is binnen de markt, dat de formule past in de trends en dat de beoogde ontwikkeling in beginsel aansluit bij de kwalitatieve behoefte van consumenten.

⁵ Consumentengids, april 2013, Consumentenbond.nl.

2.3 Positie Hornbach binnen doe-het-zelfsector

Bouwmarkten en breedpakketzaken

Hornbach zal met name concurreren met de andere bouwmarkten, die door hun profilering, ligging en ruime aanbod hetzelfde marktsegment bedienen. In iets mindere mate zal Hornbach concurreren met de breedpakketzaken. Deze zaken hebben weliswaar een soortgelijk assortiment (fors kleiner), maar kunnen door hun ligging (nabijheid voor de klant) en persoonlijke aandacht wel degelijk onderscheidend blijven ten opzichte van de grootschalige bouwmarkten. Overigens heeft de komst van Hornbach in geen van de marktgebieden tot gevolg gehad dat de markt voor bouwmarkten verstoord werd. In alle marktgebieden waar Hornbach is gevestigd is dan ook sprake van gezonde markverhoudingen met ruimte voor investeringen. In bijlage 2 wordt dit nader uiteengezet.

Voor de breedpakketzaken geldt verder dat hun aantal in Nederland sterk is teruggelopen, en dit is ook in Enschede het geval. Deze ontwikkeling is vooral het gevolg geweest van autonome marktontwikkelingen en veranderend consumentengedrag (zie bovenstaande), welke zich naar verwachting ook in de komende periode voortzetten, ook zonder de komst van Hornbach.

Overige doe-het-zelf zaken

De beoogde Hornbach zal om de volgende redenen slechts beperkt concurreren met overige speciaalzaken in doe-het-zelf (houthandels, verf-/behangzaken, ijzerwaren winkels, installatiebedrijven met detailhandel).

- Deze winkels zijn en blijven op het gebied van nabijheid van de klanten, persoonlijke service, specialistisch productaanbod/-kennis en aanvullende diensten (installatie, reparatie) grotendeels complementair aan bouwmarkten.
- Het productaanbod van een grootschalige bouwmarkt is weliswaar fors groter dan van een reguliere bouwmarkt, maar de zeer grootschalige omvang van de winkel werkt als een drempel voor de consument die op zoek is naar een specifiek product en/of specifieke, persoonlijke service.
- Verder wordt opgemerkt dat de afname van het aantal speciaalzaken in de doe-het-zelfsector hoofdzakelijk een autonoom proces is. Dit proces wordt voor een groot deel aangestuurd door twee factoren:
 - De populatie ondernemers in de speciaalzaken vergrijsst. Deze ondernemers hebben te maken met een gebrek aan opvolging, waardoor de speciaalzaak wordt gesloten en niet wordt voortgezet na pensionering van de ondernemer.
 - Een aantal ondernemers specialiseert zich in de verkoop aan professionals, waarbij de particuliere verkoop ondergeschikt wordt. Dat genereert een stabielere inkomstenbron, omdat de professional – door ervaringen in de dagelijkse praktijk – de kwaliteit van het specialistische productaanbod beter op waarde weet te schatten.

Eventueel kan de komst van een nieuwe bouwmarkt in een marktgebied het bovenstaande autonome proces enigszins versnellen, maar feit blijft dat de onderliggende

oorzaken dieper liggen en dat de ontwikkelingen in bouwmarkten daar slechts een zijdelingse factor in zijn.

- Tot slot wordt opgemerkt dat de komst van een nieuwe grootschalige bouw-/tuintmarkt – met een zeer ruim assortiment en een aantrekkelijke prijsstelling – kan zorgen voor een opleving van het doe-het-zelven in een regio. Hierbij kopen consumenten de ‘bulk’ bij de bouwmarkt, maar voor specialistisch productaanbod en service zal een deel van de consumenten uitwijken naar de speciaalzaak (vaak om-de-hoek), waardoor de speciaalzaak profiteert van de vernieuwing in de markt door de komst van een grootschalige bouw-/tuintmarkt.

2.4 Beleidskader

In bijlage 1 zijn de beleidskaders omschreven. Daaruit volgt dat de vestiging van perifere grootschalige detailhandel in het algemeen alleen is toegestaan als die vanwege de specifieke ruimtelijke eisen moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden en doelgericht wordt bezocht. In principe gaat het om grootschalige aanbieders in de traditionele PDV-branches (waaronder bouwmarkten en tuincentra).

De gemeente Enschede zet sterk in op een sterke toekomstbestendige binnenstad. Grootschalige detailhandel dient dan ook waar mogelijk in de binnenstad te worden ingepast. Bedrijven waarvoor dit niet mogelijk is (zoals een grootschalige bouw- en tuintmarkt) dienen op de aangewezen PDV-clusters (waaronder Zuiderval – de beoogde locatie van Hornbach) te worden ingepast. Wel moeten de ruimtelijk-economische effecten van dergelijke initiatieven worden onderzocht en ook is regionale afstemming een vereiste.

3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE PRIMAIR VERZORGINGSGEBIED

In dit hoofdstuk worden de achtergronden en overwegingen gegeven bij de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aansluit bij de actuele behoefte in de relevante regio. Met name het kwantitatieve aspect van de behoefte komt hierbij aan de orde. Ook wordt ingegaan op de conclusie dat de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef en ondernemersklimaat (zie paragraaf 1.3.2).

Hiertoe wordt allereerst het relevante verzorgingsgebied afgebakend (paragraaf 3.1). Vervolgens wordt de verhouding van de beoogde ontwikkeling tot het huidige winkelaanbod (paragraaf 3.2) en de leegstand (paragraaf 3.3) geanalyseerd. De belangrijkste aspecten ten aanzien van de kwantitatieve behoefte worden gegeven in de paragrafen 3.4 tot en met 3.6. De aanvaardbaarheid van de effecten is onderwerp van paragraaf 3.7.

3.1 Het primair verzorgingsgebied

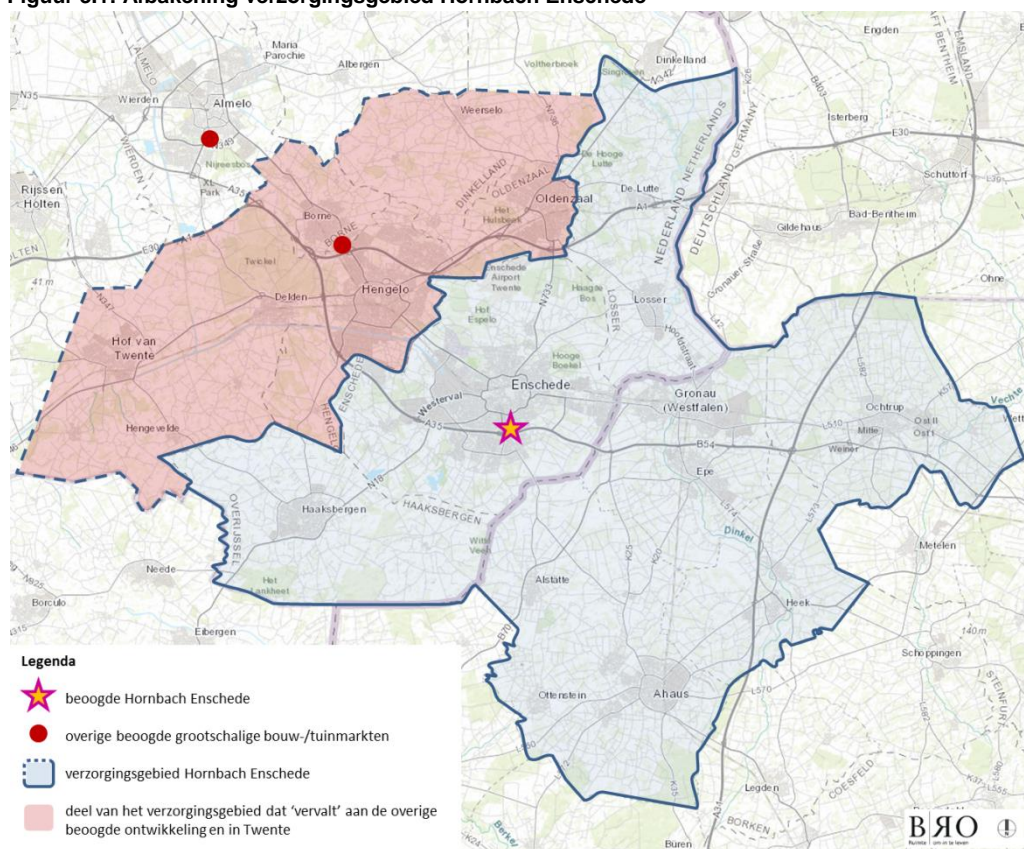
Het primair verzorgingsgebied

Grootschalige bouw- en tuinmarkten trekken door hun uniciteit doorgaans klanten uit een groot gebied. Eerder is aangegeven dat uit de ervaringen van Hornbach blijkt dat circa 75% van de omzet afkomstig is uit een gebied dat op circa 25 autominuten afstand van de vestiging ligt. Wanneer deze afstandsgegevens geprojecteerd worden op de locatie Zuiderval in Enschede, betekent dit dat het verzorgingsgebied bestaat uit de Nederlandse gemeenten Enschede, Haaksbergen, Hof van Twente, Losser, Hengelo, Oldenzaal, Borne en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek⁶.

In werkelijkheid zal dit bereik echter niet gehaald worden nu in Hengelo en Almelo eveneens grootschalige bouw-/tuinmarkten gerealiseerd worden. Voor inwoners van de gemeenten Hof van Twente, Hengelo, Oldenzaal en Borne betekent dit dat andere grootschalige bouwmarkten dichterbij liggen dan de te realiseren Hornbach te Enschede. Het verzorgingsgebied voor de Hornbach-vestiging in Enschede zal derhalve kleiner zijn (figuur 3.1). Dit betekent dat het relevante verzorgingsgebied bestaat uit de Nederlandse gemeenten Enschede, Haaksbergen en Losser en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek (voor de begrenzing zijn de gemeentegrenzen aangehouden, omdat op dat schaalniveau de meeste en eenduidige gegevens beschikbaar zijn).

⁶ Afstanden zijn berekend aan de hand van www.google.nl. Steeds is uitgegaan van het middelpunt van de gemeente.

Figuur 3.1: Afbakening verzorgingsgebied Hornbach Enschede



De marktruimtebenadering (zie paragraaf 3.6) zal worden opgebouwd vanuit het Nederlandse deel van het relevante verzorgingsgebied van Hornbach. De bestedingen van Duitse consumenten uit het verzorgingsgebied van Hornbach zijn in de analyse meegenomen als onderdeel van de totale koopkrachttoevoeiing. Om het Nederlandse en Duitse deel van het verzorgingsgebied in perspectief te plaatsen, zijn in de navolgende paragrafen beide delen van het verzorgingsgebied beschreven.

3.2 Aanbodanalyse relevant verzorgingsgebied

Doe-het-zelfbranche relevant verzorgingsgebied

In tabel 3.1 is het aanbod in het Nederlandse deel van het relevante verzorgingsgebied weergegeven.

In het Nederlandse deel van het relevante verzorgingsgebied bestaat de doe-het-zelfbranche⁷ uit 34 winkel met een totaal oppervlak van 30.650 m² vwo. Het overgrote

⁷ Voor de analyse worden overeenkomstig detailhandel.info de volgende door Locatus onderscheiden branches tot de 'doe-het-zelfbranche' gerekend: bouwmarkt, bouw materiaal, deur/kozijn, breedpakket, ijzerwaren & gereedschappen, verf/behang, hout.

deel van het aanbod bevindt zich in 'centrumstad' Enschede. De grootste aanbieders zijn de bouwmarkten: Praxis (5.600 m² wvo), Gamma (4.650 m² wvo) en Karwei (3.550 m² wvo) – allen in de gemeente Enschede.

Tabel 3.1: Huidige aanbod doe-het-zelfbranche en tuincentra (Locatus, juli 2016)

Gemeente	Doe-het-zelfbranche		Tuincentra	
	Aantal	WVO	Aantal	WVO
Enschede	25	23.916	2	13.164
Haaksbergen	6	4.548	3	5.285
Losser	3	2.186	2	12.379
Totaal	34	30.650	7	30.828

Het grootste deel van de aanbieders in de drie gemeenten is gevestigd buiten de reguliere winkelcentra, voornamelijk op verspreide locaties, en in Enschede ook op grootschalige concentraties zoals Schuttersveld en Zuiderval. In totaal is er in het relevante verzorgingsgebied 149 m² wvo per 1.000 inwoners aanwezig. Dit is minder dan het landelijke gemiddelde van 165 m² wvo. Uiteraard moet deze vergelijking in perspectief worden bezien, maar het geeft een indicatie dat er ruimte is voor groei van het doe-het-zelfaanbod in de regio.

BRO beschikt niet over gedetailleerde aanbodata van het Duitse deel van het verzorgingsgebied, maar de invloed van de regionale trekkers uit dit gebied is wel meegenomen in de analyses. Binnen de doe-het-zelfbranche worden de bouwmarkten opgevat als trekker. Het Duitse deel van het marktgebied beschikt over twee bouwmarkten in Gronau, twee bouwmarkten in Ochtrup en drie bouwmarkten in Ahaus. Dit aanbod betreft allen bouwmarktaanbod van een reguliere omvang. Voor de analyse is het verder van belang waar zich de grootschalige bouw-/tuintmarkten bevinden die vergelijkbaar zijn met de beoogde ontwikkeling in Enschede. Het dichtstbij gelegen aanbod bevindt zich in de kernen Osnabrück en Munster op circa 40-50 km. Voor de inwoners van de Duitse gemeenten zal Hornbach Enschede een beter alternatief zijn, want deze zaak ligt veel dichterbij dan de Duitse grootschalige bouw-/tuintmarkten.

Tuincentra relevant verzorgingsgebied

Er zijn 7 tuincentra gevestigd in het gebied. Grootschalige tuincentra zijn aanwezig in Enschede (Intratuin met een omvang van ruim 10.000 m² wvo) en in Losser (tuincentrum Wolters met een omvang van ruim 12.000 m² wvo). Door de aanwezigheid van beide grootschalige zaken ligt het aanbod per 1.000 inwoners met 147 m² wvo ruim boven het landelijke gemiddelde van 99 m² wvo. Het aantal tuincentra in Duitsland is beperkt. In Ahaus is een groot tuincentrum aanwezig van in totaal circa 9.000 m². In Epe (gemeente Gronau) ligt een tuincentrum van 2.500 m².

De plannen van Hornbach

Hornbach wenst op de beoogde locatie in Enschede een grootschalige bouw- en tuinmarkt (inclusief afhaal-drive-in) te realiseren. Voor de analyse zijn de volgende winkelvloeroppervlaktes relevant (zie ook paragraaf 1.1):

- Het bouwmarktgedeelte: 10.000 m² wvo (inclusief drive-in).
- Het tuincentrumgedeelte: 2.500 m² wvo (verwarmbaar en vrij van weersinvloeden).

3.3 Leegstand

Leegstand relevant verzorgingsgebied (Nederlands deel)

In totaal staan in het relevante verzorgingsgebied 283 winkelpanden leeg, met een totale omvang van 68.851 m² wvo (tabel 3.2). Dit is vergeleken met plaatsen van een vergelijkbaar inwonertal redelijk veel. Uitgaande van het gemiddelde per 1.000 inwoners in vergelijkbare plaatsen wordt een leegstand verwacht van 216 panden, met een totale omvang van 42.064 m² wvo. Circa 76% van het leegstaand oppervlak bevindt zich in Enschede.

Tabel 3.2: Leegstand in het relevante verzorgingsgebied (Locatus, juli 2016)

Gemeente	Leegstand		Leegstand Referentie	
	Aantal	WVO	Aantal	WVO
Enschede	180	55.069	164	31.175
Haaksbergen	35	11.549	23	5.412
Losser	20	4.394	22	5.002
Totaal	235	71.012	209	41.589

Leegstand Enschede

In Enschede staan in totaal 180 verkooppunten leeg, met een totale omvang van circa 55.069 m² wvo. Dit komt neer op 8,5% van het aantal verkooppunten en 12,1% van het totale winkelvloeroppervlak. De leegstand is in Enschede in vergelijking met plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal aanzienlijk. In vergelijkbare plaatsen staat 7,1% van de panden leeg en 5,3% van de winkelmeters. 27% van de leegstand (omvang) concentreert zich in het centrum van Enschede en circa 28% van de leegstand (omvang) is verspreid gelegen. De overige 46% is verdeeld over verschillende winkelgebieden.

Tabel 3.3: Leegstand in Enschede (panden groter dan 1.600 m² wvo; Locatus, juli 2016)

Adres	m ² wvo	Winkelgebied	Winkelgebiedstype
H.J. Van Heekplein 85	6.459	Centrum Enschede	Centraal
Kalanderstraat 9	2.813	Centrum Enschede	Centraal
Van Loenshof 94	2.280	Centrum Enschede	Centraal
Schuttersveld 9	2.265	Schuttersveld	Overig
Tubantiastraat 1	2.000	Bedrijfsterrein	Verspreide bewinkeling

Het grootste leegstaande pand in Enschede is het voormalige V&D-pand aan het H.J. van Heekplein (tabel 3.3). Dit pand wordt naar verwachting binnen afzienbare termijn heringevoerd met een filiaal van warenhuisketen Hudson's Bay. Het grootste pand buiten het centrum is het pand Schuttersveld 9 van 2.265 m² vvo. Geen van de leegstaande panden is groot genoeg om het beoogd initiatief op te kunnen vangen.

3.4 Draagvlak relevant verzorgingsgebied

Het relevante verzorgingsgebied voor de beoogde Hornbach in Enschede heeft een omvang van circa 317.000 inwoners, waarvan circa 205.000 in het Nederlandse deel en circa 112.000 in het Duitse deel. De prognose wordt gegeven per vijfjaarsperiode (2020, 2025, 2030 etc.). Het jaar 2025 wordt aangehouden, omdat dit in de buurt van het einde van de bestemmingsplanperiode (10 jaar) ligt.

Het totaal aantal inwoners zal nog licht groeien en dan vooral in de gemeente Enschede. Deze groei van het inwonertal van Enschede levert als vanzelf een kwantitatieve behoefte aan meer doe-het-zelf- en tuinproducten op, omdat de huizen en tuinen van deze nieuwe inwoners verfraaid moeten worden.

Tabel 3.4: Huidige en toekomstige inwonertal relevant verzorgingsgebied⁸

	2016	2020	2025
Enschede	158.351	160.455	161.267
Haaksbergen	24.332	24.384	24.243
Losser	22.444	22.763	22.688
Gronau	45.590	45.830	45.370
Ahaus	38.578	39.210	39.390
Ochtrup	19.077	19.370	19.460
Heek	8.459	8.390	8.280
Totaal	316.831	320.402	320.698

Bestedingen (Nederlands deel)

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking in het Nederlands deel van het verzorgingsgebied bedraagt € 13.400,-. Dit is 11,5% lager dan het landelijk gemiddelde van € 15.100,-. Een correctie op het landelijk bestedingscijfer voor de doe-het-zelfbranche en tuincentra is daardoor noodzakelijk. De inkomenselasticiteit van niet-dagelijkse artikelen is 0,5 wat betekent dat van iedere 1% meer/minder inkomen de bestedingen in 0,5% hoger/lager zijn. Voor de analyse wordt daarom de besteding met circa 5,7% naar beneden bijgesteld. De netto omzet per hoofd van de bevolking bedraagt voor doe-het-zelfzaken € 206,- en voor tuincentra € 69,-. Na correctie bedraagt het bestedingscijfer voor de doe-het-zelfbranche € 194,- per hoofd van de bevolking. Voor tuincen-

⁸ Bron: ABF Research – Primos Prognose, Databank Provincie Overijssel. Duitse gemeenten: www.wegweiser-kommune.de

tra is dit respectievelijk € 65,-. Voor het Duitse deel van het verzorgingsgebied is de inkomenscorrectie niet relevant, omdat de bestedingen van Duitse consumenten in de vorm van koopkrachttoevoeiing, zijnde een deel van de winkelomzet, terugkomen in de berekening (zie paragraaf 3.5).

Internetbesteding

In de doe-het-zelfbranche en tuinbranche is het aandeel aan internetverkopen voornamelijk relatief laag (zie paragraaf 2.1). Wel is ook in deze branche sprake van een ontwikkeling in e-commerce. Zo heeft Bol.com sinds 2013 ook een assortiment in (tuin)gereedschap. Tevens is een aantal bouwmarktorganisaties gestart met internetverkoop gecombineerd met afhaalpunten en/of thuisbezorgen. Voor de analyse is het van belang dat in beide relevante branches de internetverkoop wel toeneemt, maar dat het effect nog beperkt en naar de toekomst toe onzeker is. Ook van belang is dat de internetverkoop in de relevante branches voor een groot deel 'multi channel'-verkoop betreft, waar ook fysieke winkels van profiteren. Tegelijk zijn andere factoren van grotere invloed op beide branches, zoals het sterke herstel van de woningmarkt (zie paragraaf 2.1), als gevolg waarvan de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinartikelen toenemen. Om deze redenen past BRO per saldo geen correctie toe op de toekomstige toonbankbestedingen in de relevante branches. De huidige afvloeiing naar internet is verdisconteerd in de gehanteerde bestedingscijfers.

3.5 Koopstromen relevant verzorgingsgebied

Koopstromenonderzoek in de doe-het-zelf- en tuinbranche

In 2015 is het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland uitgevoerd. De belangrijkste bevindingen zijn:

- In de niet-dagelijkse sector spelen vooral de afgenomen consumentenbestedingen en de toegenomen afvloeiing naar internet een grote rol. Voor doe-het-zelfzaken en tuincentra is het aandeel van internet echter nog zeer beperkt.
- In de grensgemeenten neemt de toevoeiing vanuit Duitsland toe sinds 2010⁹. De koopkrachttoevoeiing vanuit Duitsland in de gehele niet-dagelijkse sector voor de kern Enschede is circa 7% van de totale omzet.

Het vernieuwde koopstromenonderzoek kent een aantal implicaties, waardoor de cijfers niet één-op-één te gebruiken zijn voor de analyses in dit rapport.

- De koopstromen zijn berekend op kernniveau en niet op regio-niveau. Ook ontbreken enkele gemeenten in het koopstromenonderzoek die wel onderdeel uitmaken van Twente.
- Het koopstromenonderzoek bevat geen cijfers specifiek voor tuincentra, maar enkel voor de overkoepelende sector plant & dier. Tot deze sectoren behoren ook de kleinschalige speciaalzaken.

⁹ Berekend over de deelnemende kernen van het onderzoek.

- Het koopstromenonderzoek geeft de huidige evenwichtssituatie aan, terwijl de beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkt in Enschede invloed zal hebben op de koopstromen.

Om bovenstaande redenen zijn de koopstroomgegevens op kernniveau vertaald naar het niveau van de relevante regio.

Koopstromen relevant verzorgingsgebied (Nederlands deel)

Voor het bepalen van de toekomstige koopstromen wordt uitgegaan van het scenario dat de beoogde Hornbach zich binnen en Bauhaus Hengelo zich buiten het relevante verzorgingsgebied bevindt.

Koopstromen doe-het-zelfbranche

De inwoners van het relevante verzorgingsgebied zullen vooral georiënteerd zijn op het aanbod in Enschede. Er zal enige afvloeiing zijn naar Hengelo en Oldenzaal, maar het doe-het-zelfaanbod aldaar verschilt niet van het doe-het-zelfaanbod in het relevante verzorgingsgebied (in de huidige situatie noch in de toekomstige situatie). Er wordt in het Nederlands deel van het verzorgingsgebied een binding van 92,5% verwacht in de huidige situatie. In de toekomst wordt verwacht dat de koopkrachtbinding van 92,5% gehandhaafd blijft, omdat zowel in het relevante verzorgingsgebied (Hornbach Enschede) als in het direct daaraan grenzende gebied (Bauhaus Hengelo) een grootschalige bouw-/tuinmarkt wordt toegevoerd. Hierdoor veranderen de regionale concurrentieverhoudingen nauwelijks.

De toevloeiing zal voornamelijk afkomstig zijn uit de Duitse gemeenten van het relevant verzorgingsgebied en de Nederlandse gemeenten ten (zuid)westen van het Nederlands deel van het verzorgingsgebied. BRO verwacht een huidige toevloeiing van 22,5%. Er zal nu reeds veel van buiten het verzorgingsgebied worden aangetrokken. In de toekomst zal deze nog stijgen naar 27,5%. Dit wordt grotendeels verklaard door de koopkrachttoevloeiing die Hornbach aantrekt vanuit de Duitse gemeenten.

Koopstromen tuincentra

De koopkrachtbinding van tuincentra in het Nederlands deel van het verzorgingsgebied zal relatief hoog zijn. Wel zal er enige afvloeiing zijn naar de tuincentra rond Oldenzaal en het zeer grootschalige tuincentrum Oosterik ten noorden van Denekamp. BRO acht een binding nu en in de toekomst van circa 85% reëel. De toevloeiing zal aanzienlijk zijn en voornamelijk afkomstig zijn uit de aangrenzende Duitse gemeenten. BRO acht een toevloeiing van circa 35% reëel en deze zal in de toekomst nog stijgen naar 38%.

3.6 Economisch functioneren doe-het-zelfbranche en tuincentra

Economisch functioneren doe-het-zelfbranche

In tabel 3.5 is een marktbenadering gemaakt van de doe-het-zelfbranche in het relevante marktgebied. Als vermeld, is de marktbenadering opgebouwd vanuit het Nederlandse deel van het relevante verzorgingsgebied. De bestedingen van Duitse consumenten uit het verzorgingsgebied van Hornbach zijn in de analyse meegenomen als onderdeel van de totale koopkrachttoevloeiing.

Tabel 3.5: Marktbenadering doe-het-zelfbranche relevante verzorgingsgebied (Nederlands deel)

	Huidig functioneren	2025
Aantal inwoners	205.127	208.198
Bestedingen per hoofd	€ 194	€ 194
Totale bestedingspotentieel	€ 39,8 mln.	€ 40,4 mln.
Koopkrachtbinding	92,5%	92,5%
Gebonden bestedingen	€ 36,8 mln.	€ 37,4 mln.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	22,5%	27,5%
Koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 10,7 mln.	€ 14,2 mln.
Totale besteding	€ 47,5 mln.	€ 51,6 mln.
Huidig wvo (m ²)	30.650	30.650
<i>Toekomstig oppervlak na beoogde ontwikkeling</i>	<i>N.v.t.</i>	<i>40.650</i>
Omzet per m ² wvo	€ 1.550	€ 1.270
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 1.536	€ 1.536
Verskil in haalbare en gemiddelde omzet per m ² wvo	0,9%	-17,3%
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	+300	-7.100

In de huidige marktomstandigheden bedraagt de vloerproductiviteit circa € 1.550,- per m² wvo. Deze vloerproductiviteit ligt 0,9% boven het landelijk gemiddelde van € 1.536,- per m² wvo. Dit wordt ten dele verklaard door de omzetdruk, want er is immers relatief weinig aanbod per 1.000 inwoners (zie paragraaf 3.2). In het relevante verzorgingsgebied is sprake van gezonde marktomstandigheden met ruimte voor investeringen en voor uitbreiding van het doe-het-zelfaanbod.

Ondanks de groei van het inwonertal en het positieve effect van Hornbach op de koopstromen zal door de komst van Hornbach de vloerproductiviteit afnemen tot € 1.270,- per m² wvo. Dit ligt circa 17,3% onder het landelijk gemiddelde. In paragraaf 3.7 worden de effecten hiervan geanalyseerd.

Correctie op de omzet per m² wvo

Begin 2014 is in het kader van het initiatief voor de grootschalige bouw-/tuinmarkt in Hengelo reeds een ruimtelijk-functionele analyse gemaakt van de doe-het-zelfbranche in Twente. De omzetkengetallen uit dat onderzoek zijn afkomstig van het Hoofdbedrijfschap

Detailhandel (HBD). Echter, door de naderende opheffing van de bedrijfsschappen¹⁰ werden deze omzetkengetallen sinds 2011 niet meer geactualiseerd. Om de actuele economische omstandigheden (crisis) in de omzetkengetallen tot uitdrukking te brengen zijn in het onderzoek uit 2014 de bestedingen aan doe-het-zelfproducten gecorrigeerd (verlaagd tot € 202/persoon/jaar). Deze correctie is in de actuele kengetallen van detailhandel.info tot uitdrukking is gekomen. Tegelijk is in de actuele kengetallen voor de omzet per m² iets opvallends te constateren:

- In de afgelopen jaren zijn de bestedingen aan doe-het-zelfproducten in Nederland door de crisis inderdaad *afgenomen met 7%* (van gemiddeld € 220 in 2011 naar gemiddeld € 206/persoon/jaar in 2015).
- De totale omvang van de doe-het-zelfbranche is tussen 2011 en 2015 juist *gegroeid met 1,3%*¹¹.
- Het logisch gevolg van het bovenstaande (minder omzet – meer meters) zou moeten zijn dat de gemiddelde omzet per m² wvo in de branche afneemt.
- Blijkens de actuele kengetallen, echter, is de omzet per m² wvo in de doe-het-zelfbranche juist sterk toegenomen (van € 1.390/m² wvo naar € 1.536/m² wvo; een toename van 5%).

Bovenstaande constatering maakt dat voorzichtig moet worden omgegaan met het gebruik van de huidige kengetallen ten aanzien van de doe-het-zelfbranche. Hierbij wordt opgemerkt dat het opstellen van de kengetallen nog in ontwikkeling is en de hierboven beschreven contradictie nog aan de orde zal komen bij het opstellen van de volgende editie van de omzetkengetallen van detailhandel.info.

Marktbenadering bij continuïteit in vloerproductiviteit

Als vermeld, is in het onderzoek uit 2014 het kengetal voor de bestedingen naar beneden bijgesteld om de effecten van de economische crisis tot uitdrukking te brengen. In dit onderzoek is er tegelijk voor gekozen om benodigde omzet per m² wvo in de branche juist gelijk te houden aan de voorgaande jaren. De redenatie daarbij is dat de gemiddelde omzet per m² wvo uit voorgaande jaren ook in de toekomst nodig blijft voor economisch-duurzaam functioneren van de doe-het-zelfbranche. Anders gezegd: door de crisis gaan niet plots de kosten om de winkel draaiende te houden omlaag.

Het bovenstaande maakt een lagere gemiddelde omzet per m² wvo passend in de actuele situatie in de doe-het-zelfbranche, omdat dan sprake is van continuïteit in de gebruikte kengetallen ten opzichte van voorgaande jaren. In onderstaande tabel is de marktbenadering voor de doe-het-zelfbranche opnieuw uitgevoerd uitgaande van een omzet van € 1.390,-/m² wvo.

¹⁰ Door een wijziging in het rijksbeleid zijn de bedrijf- en productschappen per 1 januari 2015 opgeheven. Zie ook: <https://www.ser.nl/nl/actueel/werkprogramma/opheffing-pbo.aspx>

¹¹ De omvang van het aanbod in de doe-het-zelfbranche in 2011 is 2.590.313 m² wvo en de omvang van het aanbod in 2015 is 2.623.579 m² wvo – oftewel een groei met 33.266 m² wvo of 1,3%.

Tabel 3.6 Marktbenadering doe-het-zelfbranche relevante verzorgingsgebied (Nederlands deel) voor de huidige situatie en 2025

	Huidig functioneren	2025
Aantal inwoners	205.127	208.198
Bestedingen per hoofd	€ 194	€ 194
Totale bestedingspotentieel	€ 39,8 mln.	€ 40,4 mln.
Koopkrachtbinding	92,5%	92,5%
Gebonden bestedingen	€ 36,8 mln.	€ 37,4 mln.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	22,5%	27,5%
Koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 10,7 mln.	€ 14,2 mln.
Totale besteding	€ 47,5 mln.	€ 51,6 mln.
Huidig wvo (m ²)	30.650	30.650
<i>Toekomstig oppervlak na beoogde ontwikkeling</i>	<i>N.v.t.</i>	<i>40.650</i>
Omzet per m ² wvo	€ 1.550	€ 1.270
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 1.390	€ 1.390
Verschil met gemiddelde omzet per m ² wvo	11,5%	-8,6%
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	3.500	-3.500

Het hanteren van de 'realistische' omzet per m² wvo levert een positiever beeld op dan in tabel 3.5 bepaald. Na realisatie van Hornbach in Enschede zal de omzet per m² circa 8,6% onder het landelijke gemiddelde uitkomen. Dit verschil ligt binnen de 'ondergrens' van -10% (zie paragraaf 3.7), daarom wordt verwacht dat ook na de beoogde ontwikkeling de doe-het-zelfbranche in het marktgebied economisch-duurzaam kan blijven functioneren. De leegstand neemt dan ook niet toe, waarmee de ontwikkeling aanvaardbaar is ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Economisch functioneren tuincentra

Op eenzelfde manier als voorgaand, is navolgend een benadering gemaakt van het functioneren van de tuincentra (tabel 3.7). Als vermeld, is de marktbenadering opgebouwd vanuit het Nederlandse deel van het relevante verzorgingsgebied. De bestedingen van Duitse consumenten uit het verzorgingsgebied van Hornbach zijn in de analyse meege-
nomen als onderdeel van de totale koopkrachttoevloeiing.

In de huidige situatie bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit in het relevante verzorgingsgebied circa € 560,- per m² wvo. Dit ligt weliswaar onder het landelijke gemiddelde van € 675,- per m² wvo, maar deze situatie is vergelijkbaar met de marktomstandigheden in geheel Twente (zie ook bijlage 3). Als vermeld, is in dit deel van Nederland de omzet per m² wvo van tuincentra naar verwachting relatief laag door de aanwezigheid van een aantal zeer grootschalige tuincentra. Daarbij komt dat deze winkels meer assortimenten voeren dan uitsluitend tuinartikelen – ook de verkoop van bijvoorbeeld woonartikelen en doe-het-zelfartikelen en/of de bestedingen in de koffi corner zullen bijdragen aan de omzet. De oppervlaktes van deze winkelonderdelen worden echter niet afzonderlijk meege-
nomen in het model.

Tabel 3.7: Marktbenadering tuincentra relevante verzorgingsgebied (Nederlands deel)

	Huidig functioneren	2025
Aantal inwoners	205.127	208.198
Bestedingen per hoofd	€ 65	€ 65
Totale bestedingspotentieel	€ 13.300.000	€ 13.500.000
Koopkrachtbinding	85%	85%
Gebonden bestedingen	€ 11.300.000	€ 11.500.000
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	35%	38%
Koopkrachttoevoeiing absoluut	€ 6.100.000	€ 7.000.000
Totale besteding	€ 17.400.000	€ 18.500.000
Huidig wvo (m ²)	30.828	30.828
<i>Toekomstig oppervlak na beoogde ontwikkeling</i>	<i>N.v.t.</i>	<i>33.328</i>
Omzet per m ² wvo	€ 560	€ 560
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 675	€ 675

Door de beoogde ontwikkeling zal de markt voor tuincentra in het relevante verzorgingsgebied verder worden versterkt. Te meer, omdat het tuincentrum van de beoogde Hornbach in combinatie met het bouwmarktdeel zal worden bezocht – vooral door bezoekers die van een grotere afstand komen. Dit effect komt tot uitdrukking in de hogere koopkrachttoevoeiing. Door deze ontwikkeling blijft de gemiddelde omzet per m² wvo in de tuincentra in het relevante verzorgingsgebied na de komst van de beoogde Hornbach min of meer gelijk aan de huidige marktomstandigheden. Eventuele effecten van deze ontwikkeling zijn aan de orde in paragraaf 3.7.

Net als in de doe-het-zelfbranche (zie bovenstaande) werd in het onderzoek voor het initiatief in Hengelo een andere vloerproductiviteit gehanteerd in de tuinbranche. Deze bedroeg in 2014 € 520/m² wvo. In de huidige en in de toekomstige situatie ligt de omzet per m² wvo in de tuinbranche in het relevante verzorgingsgebied dan ook juist boven de gemiddelde omzet per m² wvo die in 2014 gebruikelijk was. Ook hier lijkt dan ook een contradictie aan de orde in de kengetallen. In de tuinbranche kan geconcludeerd worden dat sprake is van gezonde marktomstandigheden met ruimte voor uitbreiding in het relevante verzorgingsgebied.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve uitbreidingsruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk stijgen of juist dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve

distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

3.7 Effecten Hornbach relevante regio

Tuinentra

Het effect van de vestiging van Hornbach op de aanwezige tuinentra zal tamelijk beperkt zijn, aangezien er geen aanzienlijk omzeteffect wordt verwacht. Specifiek voor de overige tuinentra in Enschede geldt dat de Groenrijk dichtbij ligt op een zichtlocatie aan de Zuiderval en daarom profijt van de trekkracht van Hornbach zal kunnen hebben. De Intratuin is een modern, groot tuincentrum dat zich veel meer dan Hornbach richt op sfeer en beleving, en zich daarmee duidelijk onderscheidt van Hornbach. Verder wordt opgemerkt dat het een relatief beperkte uitbreiding van het aanbod betreft, waardoor ook het effect, mocht dit er al zijn, eveneens beperkt is.

Doe-het-zelfbranche

Het effect van Hornbach zal vooral merkbaar zijn voor de doe-het-zelfbranche. Hier zal de gemiddelde vloerproductiviteit dalen tot onder het landelijk gemiddelde. Dit verschil met het gemiddelde hoeft er om de volgende redenen niet direct toe te leiden dat de winkels in de doe-het-zelfbranche in het relevante verzorgingsgebied niet meer economisch-duurzaam kunnen functioneren.

- Door de voortdurende schaalvergroting (zie paragraaf 2.1) in de doe-het-zelfbranche wordt dezelfde omzet over een steeds groter oppervlak verdeeld. Hierdoor neemt als vanzelf de omzet per m² in regio's af. Dit is desondanks acceptabel voor de winkels, omdat de totale omzet 'onder aan de streep' doorgaans toeneemt.
- Winkels hebben verschillende methoden om voldoende winst te kunnen blijven maken bij veranderende marktomstandigheden. Hierbij moet gedacht worden aan inkoopbeleid, openingstijden, personeelsbeleid, specialisatie / verbreding / verschuiving in het assortiment, andere doelgroep (bijvoorbeeld professionals).
- Opgemerkt wordt dat in de analyse geen rekening is gehouden met het sterke herstel van de woningmarkt (zie paragraaf 2.1), waardoor ook de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinproducten (zullen) stijgen (doe-het-zelfwinkels hadden in juli/augustus 2016 +5%/+8% omzet ten opzichte van dezelfde maanden in 2015; CBS, 2016). Hiervan profiteren alle aanbieders in de markt.
- Tot slot wordt vermeld, dat er reden is te werken met lagere gemiddelde omzet per m² wvo in de doe-het-zelfbranche, omdat dan sprake is van continuïteit in de kegetallen ten opzichte van voorgaande jaren. Bij het hanteren van deze 'realistische' om-

zet per m² wvo wordt verwacht dat de gehele doe-het-zelfbranche in het marktgebied ook na de beoogde ontwikkeling economisch-duurzaam kan blijven functioneren. De leegstand neemt dan ook niet toe, waarmee de ontwikkeling aanvaardbaar is ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Geconcludeerd wordt dat het leegstandseffect van de beoogde ontwikkeling van Hornbach naar verwachting beperkt zal zijn. Te meer, omdat het aantal inwoners in het relevant verzorgingsgebied nog groeit en daarmee ook het draagvlak voor voorzieningen. Daarbij creëert Hornbach deels zijn eigen markt, dit is in de berekening terug te zien in de stijging van de koopkrachttoevoering, vooral vanuit Duitsland. Verder wordt opgemerkt dat de te verwachten omzetverdunding in de bouwmarktbranche ook deels bij Hornbach zelf terecht zal komen en dus niet alleen bij het gevestigd aanbod. Toch zal er enig omzeteffect kunnen voordoen bij het gevestigd aanbod, daarom wordt aan het einde van deze paragraaf een effectanalyse uitgewerkt voor de bouwmarktbranche.

Eerder is geconcludeerd dat de invloed van de ontwikkeling grootschalige bouw-/tuintuinen op de speciaalzaken beperkt zal zijn (zie paragraaf 2.3), want bouwmarkten concurreren vooral met andere bouwmarkten (> 1.500 m² wvo). De speciaalzaken kunnen nu reeds concurreren met de 7 relatief grote bouwmarkten (> 1.500 m² wvo) in de omgeving (gemeenten Enschede, Haaksbergen en Losser). Redenerend vanuit de concurrentieverhoudingen tussen bouwmarkten en speciaalzaken zorgt de komst van een achtste bouwmarkt slecht voor een beperkte verschuiving. Verder wordt opgemerkt dat mocht er toch een speciaalzaak verdwijnen (om welke reden dan ook) dit niet zal leiden tot een aantasting van de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging, omdat vrijwel al deze winkels (16 van de 19) in de gemeente Enschede verspreid gevestigd zijn. Slechts vier doe-het-zelfspeciaalzaken in de gemeente bevinden zich in een winkelgebied, waarvan geen enkele in het kernwinkelgebied. Het gemeentelijk beleid streeft juist naar geconcentreerd winkelaanbod. Tevens zijn ruimten van leegkomende doe-het-zelfspeciaalzaken in beginsel prima opnieuw in te vullen / te herontwikkelen tot andersoortige detailhandel of een andere consumentgerichte functie.

Effectanalyse bouwmarktbranche

Indien de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit als uitgangspunt wordt genomen, ligt de omzet per m² wvo in de toekomstige situatie meer dan 10% onder het landelijke gemiddelde. Voorbij deze 'ondergrens' is waarschijnlijk sprake van overaanbod. Het overaanbod heeft omgerekend een omvang van 3.300 m² wvo¹². Dit oppervlak ligt in de buurt van het gemiddelde oppervlak à 3.800 m² wvo van de bouwmarkten (> 1.500 m² wvo) in gemeente Enschede, Haaksbergen en Losser, daarom wordt er in het uiterste geval rekening mee gehouden dat één bouwmarkt niet meer rendabel is en de deuren moet sluiten. Dit wordt opgevat als het worst case scenario

¹² Als de vloerproductiviteit 10% onder het landelijke gemiddelde ligt bedraagt deze € 1.380/m² wvo. Het overaanbod is dan 3.300 m² wvo (€ 51,6 mln. gedeeld door € 1.380 minus 40.650 m² wvo; zie tabel 5.5)

De kans op het worst case scenario is het grootst voor één van de bouwmarkten die qua profilering dicht bij Hornbach ligt en ruimtelijk minder gunstig gesitueerd is in de detailhandelsstructuur. Hierbij is het vooral van belang of voor de bouwmarkt het 'eigen verzorgingsgebied' blijft behouden. Om deze reden wordt geen substantieel effect verwacht op de bouwmarkt in Haaksbergen en de bouwmarkt in Losser, omdat deze voor de inwoners van deze kernen de bouwmarkt-om-de-hoek blijven (deze situatie gaat ook op voor 'breedpakketzaak' Fixet in Glanerbrug).

Ten aanzien van de bouwmarkten in de kern Enschede wordt het volgende verwacht in het worst case scenario.

- De moderne en relatief grote Praxis (5.567 m² vvo; Spaansland) ligt in de directe nabijheid van de planlocatie en mogelijk kunnen Hornbach en Praxis van elkaars nabijheid profiteren.
- Ook de bouwmarkten op/bij woonboulevard Schuttersveld worden nauwelijks bedreigd, omdat deze woonboulevard vernieuwd wordt en daardoor aan trekkracht zal winnen. Deze bouwmarkten hebben daarnaast een eigen verzorgingsfunctie voor het noordelijke en westelijke woongebied van Enschede.
- Gelet op de detailhandelsstructuur zal het omzeteffect zich in het worst case scenario vooral kunnen voordoen bij de Gamma (4.650 m² vvo) aan de Slijpsteen en de Multimate (2.533 m² vvo) aan de Buurserstraat. Mogelijk kan in het worst case scenario één van beide bouwmarkten de toegenomen concurrentie niet aan en moet deze de deuren sluiten. Gezien de omvang van beide bouwmarkten samen (7.183 m² vvo), is gelijktijdige sluiting van beide als gevolg van de beoogde ontwikkeling niet te verwachten – zelfs in een worst case scenario.

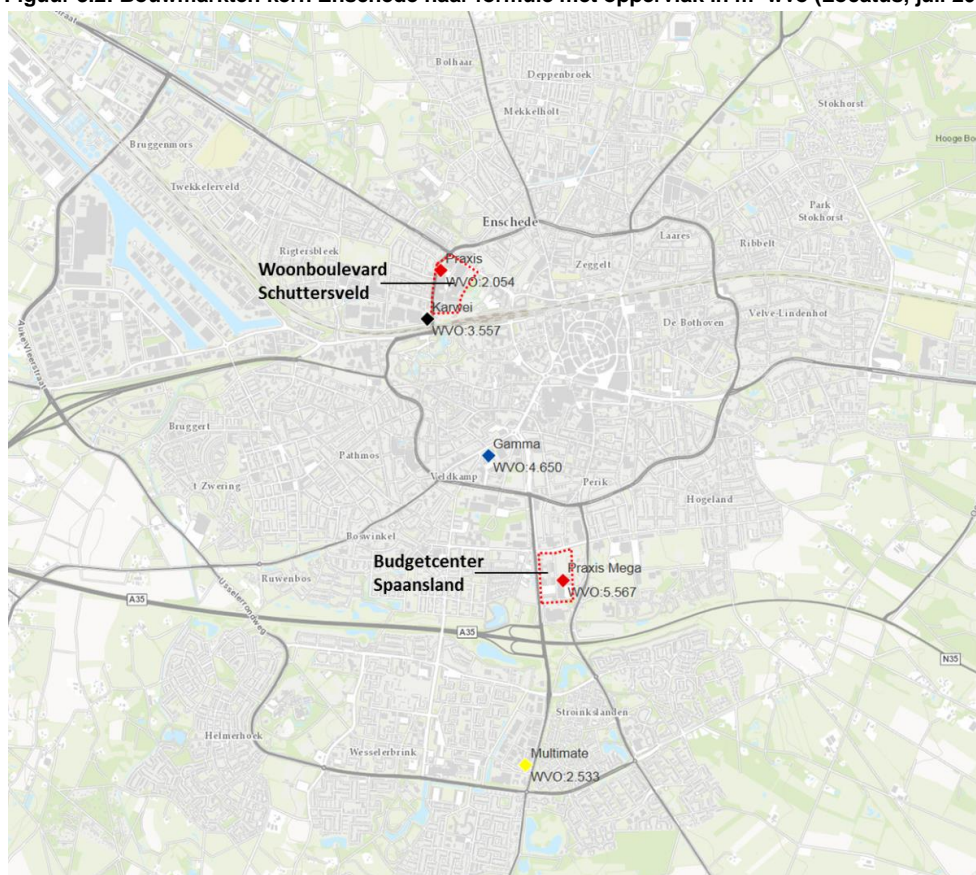
Voor beide risicopanden (Gamma en Multimate) zijn bestemmingsplanmatig brede mogelijkheden voor eventuele herinvulling met detailhandel op het gebied van wonen. Daarnaast staan de bouwkundige aspecten (efficiënte 'dozenbouw') van een bouwmarkt herinvulling met andersoortige perifere detailhandel of herontwikkeling naar een bedrijf in beginsel niet in de weg. Uit het gegeven dat er in de directe nabijheid van de panden geen leegstand is, wordt geconcludeerd dat het eventueel leegkomen van één pand – in het worst case scenario – in deze gebieden, niet tot een zodanige leegstand leidt dat dit in ruimtelijke zin onaanvaardbaar is. Bovendien zijn de eventueel leegkomende locaties goed opnieuw in te vullen, omdat de bestemmingen ter plaatse daartoe voldoende mogelijkheden bieden. Te meer, omdat alle locaties goed tot zeer goed bereikbaar zijn. Een eventueel leeg te komen pand is dan ook aantrekkelijk voor andersoortige perifere detailhandel.

Overigens heeft de komst van Hornbach in geen van de marktgebieden tot gevolg gehad dat de markt voor bouwmarkten verstoord werd. In bijlage 2 is te zien dat er doorgaans juist geïnvesteerd wordt door bouwmarkten in een regio om de concurrentie met Hornbach aan te gaan. Terwijl bij de overige ontwikkelingen van Hornbach in Nederland eveneens het ontstaan van overaanbod / negatieve marktruimte werd berekend in de

voorafgaande analyses. Net als in het onderhavige geval, heeft deze uitkomst dus slechts gezonde concurrentie betekent en geen verstoring van de markt.

Het bovenstaande in overweging nemend wordt geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Figuur 3.2: Bouwmarkten kern Enschede naar formule met oppervlak in m² wvo (Locatus, juli 2016)



BIJLAGEN

Bijlage 1: Beleidskaders

Provinciaal beleid

Provinciale detailhandelsvisie

Het Rijk heeft de afgelopen jaren meer verantwoordelijkheden aan provincies en gemeenten gegeven om het detailhandelsbeleid vorm te geven. Om hier invulling aan te geven heeft de provincie Overijssel in 2007 een detailhandelsvisie opgesteld. Deze visie beschrijft het wens-beeld voor de toekomstige detailhandelsstructuur in de provincie en kan als kader dienen bij de beoordeling van nieuwe winkelinitiatieven met een bovenlokale impact. Uitgangspunt is dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen bij voorkeur aan dienen te sluiten op bestaande detailhandelsconcentraties.

Omgevingsvisie Overijssel

In de omgevingsvisie van de provincie Overijssel wordt de huidige detailhandelsstructuur in Overijssel als omvangrijk en zeer divers benoemd. De consument heeft voldoende keus uit winkelgebieden voor verschillende typen aankopen. De detailhandel wordt als een belangrijke motor van de lokale economie beschouwd. De provincie stimuleert de winkelfunctie in de binnensteden. Dit wordt gedaan door beperkingen op te leggen aan detailhandel buiten de kernen. Er wordt door de provincie dus in principe geen medewerking verleend aan zogenaamde 'weidewinkels'.

Omgevingsverordening Overijssel, verzamelherziening 2014

In de provinciale omgevingsverordening is de omgevingsvisie verder uitgewerkt. De omgevingsverordening geeft vaste kaders ten aanzien van detailhandel op perifere locaties. Navolgend zijn de twee belangrijkste artikelen uit de verordening opgenomen ten aanzien van volumineuze detailhandel (PDV) en grootschalige detailhandel (GDV).

Artikel 2.4.3. Grootschalige detailhandel:

1. Bestemmingsplannen voorzien uitsluitend in nieuwe grootschalige detailhandelsvestigingen wanneer de locatie gelegen is in of aansluit op bestaande binnensteden en wijkwinkelcentra.
2. Grootschalige detailhandelsvestigingen met een regionale uitstraling mogen uitsluitend worden toegelaten in de binnensteden en wijkwinkelcentra van de stedelijke centra, nadat met een ruimtelijke onderbouwing:
 - a. de behoefte aannemelijk is gemaakt;
 - b. aangetoond is dat de vestiging niet leidt tot een onevenredige aantasting van het voorzieningenniveau in de betreffende regio en het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de betreffende kernen;
 - c. aangetoond is dat er regionale afstemming heeft plaatsgevonden over de voorgenomen vestiging met de buurgemeenten en Gedeputeerde Staten.
3. In afwijking van het bepaalde in lid 2, eerste volzin, kan in bestemmingsplannen voor bedrijventerreinen binnen de stedelijke centra een ontheffing als bedoeld in artikel 3.6, lid 1, sub c Wro worden opgenomen ten behoeve van de vestiging van groot-

schalige detailhandel waarvoor in de binnensteden en wijkwinkelcentra geen ruimte gevonden kan worden.

4. In afwijking van het bepaalde in lid 2, eerste volzin, kan in bestemmingsplannen voor locaties elders binnen de stedelijke centra een ontheffing als bedoeld in artikel 3.6, lid 1, sub c Wro worden opgenomen ten behoeve van de vestiging van grootschalige detailhandel in geval de grootschalige detailhandel thematisch aan deze perifere locatie is gebonden.

Detailhandelsstructuurvisie gemeente Enschede 2012

Verschillende verschuivingen binnen de detailhandel hebben er toe geleid dat de gemeente Enschede het beleid de detailhandelsvisie uit 2004 heeft vernieuwd. Het doel van de detailhandelsvisie is het geven van een heldere en ontwikkelingsgerichte visie op het gewenste detail-handelsbeleid. In de detailhandelsvisie stuurt de gemeente op een duurzame detailhandels-structuur. De gemeente zet sterk in op een versterking van de binnenstad van Enschede en het behoud van goede buurt- en wijkcentra. Daarnaast stimuleert de gemeente Enschede de herbestemming van winkelbestemmingen in de radialen. Met betrekking tot grootschalige detailhandel faciliteert de gemeente groei en uitbreiding.

Ten aanzien van de doe-het-zelfbranche zet de gemeente Enschede in op het versterken van het aanbod. De gemeente biedt ruimte aan uitbreiding van bestaand aanbod en toevoeging van een nieuwe aanbieder. Bij voorkeur kiest de gemeente voor uitbreiding van bestaande vestigingen. Zodra dit omwille van de fysieke inpasbaarheid niet mogelijk is, dient de verplaatsing naar een PDV-cluster (Schuttersveld, Zuiderval) te worden onderzocht. Ook eventuele nieuwe vestigingen worden idealiter op een PDV-cluster ingepast. Zodra hier eveneens geen mogelijkheden zijn worden solitaire locaties op bedrijventerreinen overwogen. Initiatieven dienen te worden getoetst op zowel lokaal als regionaal niveau.

Ten aanzien van tuincentra stelt de gemeente dat de omvang van het aanbod ruim boven gemiddeld is. In dit kader is het niet wenselijk een nieuwe vestiging van een tuincentrum toe te staan in de gemeente. Echter, marktinitiatieven in deze branche (schaalvergroting, nieuwvestiging) zijn toegestaan op bestaande perifere tuincentrumlocaties en de PDV-clusters Schuttersveld en Zuiderval (en alle overige reguliere winkelgebieden).

Bijlage 2: Ontwikkeling bouwmarktaanbod na vestiging Hornbach

In het voorgaande is op basis van een modelmatige benadering inzicht gegeven in de te verwachten effecten van de realisatie van een grootschalige bouw-/tuinmarkt op de regionale detailhandelsstructuur. Om deze verwachtingen in perspectief te plaatsen wordt in dit hoofdstuk bekeken hoe het aanbod aan bouwmarkten zich heeft ontwikkeld in verzorgingsgebieden waar Hornbach is gevestigd. Hornbach is in Nederland sinds 1997 actief met grootschalige bouw-/tuinmarkten (de firma Bauhaus heeft sinds 2015 één vestiging in Groningen), waardoor deze keten goed als voorbeeld kan dienen voor de analyse.

B2.1 Vestigingen en verzorgingsgebieden

Hieronder een overzicht van de gerealiseerde vestigingen van Hornbach in Nederland van 1997 tot 2015.

Tabel B2.1: Vestigingen Hornbach Nederland

Plaats	Locatie	Jaar	Omvang in m ² wvo
Zaandam ¹³	Grootsch. concentratie Zuiderhout	1997	17.500
Tilburg ¹⁴	Grootsch. concentratie Vossenbergring	1999	9.600
Kerkrade ¹⁵	Grootsch. concentratie Roda JC Stadion	1999	12.000
Groningen ¹⁶	Verspreide bewinkeling	2002	12.000
Wateringen ¹⁷	Verspreide bewinkeling	2002	9.700
Nieuwegein ¹⁸	Grootsch. concentratie Ravenswade	2003	11.300
Alblasserdam ¹⁹	Verspreide bewinkeling	2007	9.300
Breda ²⁰	Verspreide bewinkeling	2010	17.500
Nieuwerkerk a/d IJssel ²¹	Verspreide bewinkeling	2013	16.000

¹³ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Zaanstad, Amsterdam (uitsluitend relevante delen van stadsdelen Westpoort en Noord).

¹⁴ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Dongen, Gilze en Rijen, Loon op Zand, Tilburg.

¹⁵ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Simpelveld.

¹⁶ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Groningen, Ten Boer, Winsum.

¹⁷ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Delft, Westland en 's-Gravenhage (uitsluitend zuidelijk deel Den Haag).

¹⁸ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Houten, IJsselstein, Nieuwegein, Vianen en Utrecht (uitsluitend wijken Zuidwest (Kanaleneiland) en Zuid).

¹⁹ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Alblasserdam, Barendrecht, Hendrik-Ido-Ambacht, Krimpen a/d IJssel, Molenwaard, Papendrecht, Ridderkerk, Sliedrecht, Zwijndrecht.

²⁰ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Breda, Dongen, Drimmelen, Etten-Leur, Oosterhout en Moerdijk (uitsluitend kern Zevenbergen)

²¹ Verzorgingsgebied: de gemeenten: Zuidplas (sinds 2010), Capelle a/d IJssel, Krimpen a/d IJssel, Krimpenwaard (sinds 2015), Lansingerland, Rotterdam (uitsluitend wijk Prins Alexander)

Voor de bepaling van de daarbij behorende verzorgingsgebieden (vermeld in de voetnoten bij de tabel), is uitgegaan van de bepaling zoals gebruikt door Hornbach zelf, te weten een verzorgingsgebied met grofweg 200.000 inwoners binnen 15 minuten reisafstand (per auto).

B2.2 Ontwikkeling aanbod bouwmarkten na realisatie Hornbach

Uitsluitend ontwikkeling bouwmarkten meegenomen

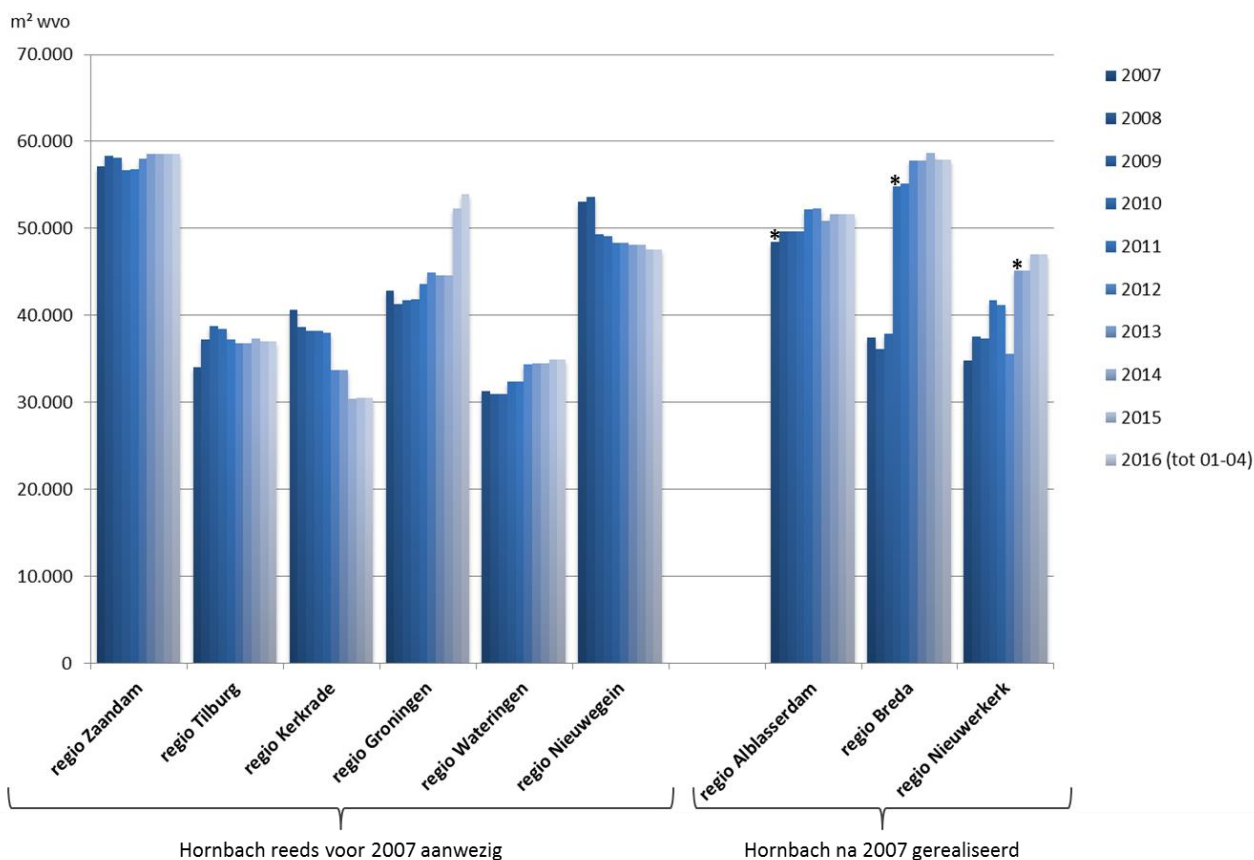
Om de volgende redenen is ervoor gekozen om de weergave van de aanbodontwikkeling te beperken tot bouwmarkten (zie ook paragraaf 2.3).

- De grootschalige bouwmarkten hebben vooral invloed hebben op de marktomstandigheden van reguliere bouwmarkten, want de speciaalzaken weten met bouwmarkten te concurreren op basis van specialistisch productaanbod, vakkennis en aanvullende service, zoals installatie, onderhoud en reparatie.
- Een deel van de speciaalzaken heeft te kampen met afwezigheid van opvolging, waardoor de afname van het aanbod aan speciaalzaken een autonome oorzaak heeft en niet het directe gevolg is van de komst van een (grootschalige) bouwmarkt. Het meenemen van de speciaalzaken zou daarom een vertekend beeld geven.
- Alle winkels in de doe-het-zelfsector halen een relatief groot deel van de omzet bij professionals (kleine aannemers, klusbedrijven en ZZP'ers). Uit bedrijfseconomische overwegingen besluit een deel van de speciaalzaken in deze sector om zich daarom te gaan richten op de zakelijke markt (met ondergeschikte verkoop aan consumenten), waardoor deze bedrijven door winkeldataleverancier Locatus doorgaans niet meer gerekend wordt tot de detailhandel, terwijl de bedrijven wel blijven voortbestaan (inclusief verkoop aan particulieren). Het meenemen van dergelijke speciaalzaken zou daarom een vertekend beeld geven.

Aanbodontwikkeling van 2007 tot nu (01-04-2016)

Om het effect van de realisatie van Hornbach op het bestaande bouwmarktaanbod te kunnen analyseren, zijn de jaarlijkse cijfers van Locatus gebruikt omtrent de totale omvang (in m² wvo) van het bouwmarktaanbod in daarbij behorende verzorgingsgebieden. Eenduidige data is beschikbaar vanaf het jaar 2007, waardoor alleen de ontwikkeling tussen 2007 en nu kan worden weergegeven. De resultaten zijn weergegeven in figuur B2.1.

Figuur B2.1: Aanbodontwikkeling²² bouwmarkten in verzorgingsgebieden Hornbach



* Jaar van opening Hornbach

Hoofdzakelijk groei in verzorgingsgebieden waar Hornbach al langer gevestigd is

In de 6 verzorgingsgebieden waar Hornbach reeds langere tijd is gevestigd is in 4 verzorgingsgebieden de omvang van het aanbod tussen 2007 en 2015 toegenomen en in 2 verzorgingsgebieden is omvang in deze periode afgenomen. In de marktgebieden rond Tilburg en Zaandam is sprake van enige schommeling in de omvang van het aanbod, maar daar ligt de omvang in 2015 nog steeds boven de omvang in 2007. De afname van de omvang van het aanbod in Kerkrade zal vooral het gevolg zijn van de algehele afname van het draagvlak in deze krimpregio. In Nieuwegein is de afname met name het gevolg van 'administratieve wijziging': één winkel is zich na 2008 meer op de verkoop van bouwmaterialen (aan niet-particulieren) gaan richten, waardoor deze door dataleverancier Locatus niet meer tot de bouwmarkten wordt gerekend. In algemene zin wordt dan ook geconcludeerd dat de aanwezigheid van Hornbach past in een gezonde winkelmarkt waar ruimte is voor investeringen.

²² In het verzorgingsgebied Nieuwerkerk is de door Locatus gemeten omvang van Hornbach in 2015 met terugwerkende kracht toegepast op de jaren 2014 en 2013, want Locatus werkt voor deze jaren met een geschatte, grotere oppervlakte.

Uitsluitend groei waar Hornbach recent gevestigd is

In de verzorgingsgebieden waar Hornbach zich na 2007 heeft gevestigd is het totale volume van het aanbod, na realisatie van Hornbach, in alle gevallen, en op structurele basis, hoger gebleven dan ten tijde van de opening. Geconcludeerd wordt dat in geen van de verzorgingsgebieden waar Hornbach recent is gerealiseerd deze ontwikkeling tot gevolg heeft gehad dat het bestaande aanbod is gesloten. Ondanks de veelgehoorde vrees voor verschraling van het bouwmarktaanbod na realisatie van Hornbach, heeft deze dus in werkelijkheid nooit plaatsgevonden.

Cluster- of aanzuigeffecten na realisatie Hornbach

Vaker is het zo dat het totale aanbod niet alleen is gegroeid, maar ook met meer is gegroeid (gemiddeld 3.000/4.000 m² wvo meer) dan men op basis van de pure toevoeging van de Hornbachformule aan de bestaande meters zou verwachten (en zelfs over de crisisjaren heen). Dit beeld komt ook naar voren uit eerder onderzoek van BRO²³ naar de aanbodontwikkelingen in bouwmarkten na de opening van de vestiging in Wateringen (2002) (overigens zijn deze cijfers gebaseerd op vergelijking van data uit 2003, 2008 en 2013 voor uitsluitend de vestigingsgemeente). Dit zou kunnen wijzen op het bestaan van cluster- of aanzuigeffecten in de verzorgingsgebieden als gevolg van de realisatie van een Hornbach.

²³ BRO (2014). Effecten Hornbach op detailhandelsstructuur

Bijlage 3: Analyse initiatieven binnen Twente

Twente geldt niet als de relevante regio voor de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Enschede, want dat is het gebied dat is afgebakend in paragraaf 3.1. In totaal is binnen Twente de komst van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten beoogd:

1. In Enschede, waarvoor nu de procedure wordt doorlopen.
2. In Hengelo, waarvan het bestemmingsplan onherroepelijk is.
3. In Almelo, waarvoor de procedure nog gestart moet worden.

Hoewel de drie initiatieven nog niet allemaal opgevat moeten worden als harde plancapaciteit, is in deze bijlage bekeken hoe de ontwikkelingen zich tot elkaar verhouden. In deze bijlage zijn dan ook de achtergronden worden gegeven bij de conclusies in de omkaderde tekst uit paragraaf 1.3.2.

B3.1 Aanbodanalyse Twente

Doe-het-zelfbranche Twente

De doe-het-zelfbranche in Twente is als volgt opgebouwd (Locatus, juli 2016):

- Twente telt 132 doe-het-zelfzaken met een totale omvang van 103.551 m² wvo.
- Twente heeft met 165 m² wvo per 1.000 inwoners een aanbod dat net boven het landelijk gemiddelde van 154 m² wvo per 1.000 inwoners ligt.
- In absolute zin hebben de gemeenten Enschede en Hengelo het meeste aanbod, waarbij de Praxis aan het Plein Westermaat in Hengelo met 6.500 m² wvo momenteel (medio 2016) de grootste bouwmarkt van Twente is.
- In relatieve zin (aanbod per 1.000 inwoners) verschilt de omvang van het aanbod sterk per gemeente. Hierin is niet direct een patroon te ontdekken, maar de relatieve omvang van het aanbod per gemeente is vooral afhankelijk van de aanwezigheid van relatief grote bouwmarkten met een regioverzorgende functie.

Tuincentrumaanbod Twente

Het tuincentrumaanbod in Twente is als volgt opgebouwd (Locatus, juli 2016):

- In Twente zijn 30 tuincentra gevestigd met een totale omvang van circa 118.000 m² wvo, waarbij de schaalgrootte nogal varieert: van vestigingen van 75 m² wvo tot een tuincentrum met een oppervlak van bijna 38.000 m² wvo.
- In Twente is er 189 m² per 1.000 inwoners beschikbaar, hetgeen relatief veel is. Ter vergelijking het Nederlands gemiddelde bedraagt 96 m² wvo per 1.000 inwoners. Het verschil in de omvang van het tuincetrumaanbod per gemeente is groot. Zo heeft de gemeente Hengelo slechts één tuincentrum van 200 m² wvo.
- Opvallend is het zeer ruime tuincentrumaanbod in de gemeente Dinkelland: 2.133 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit wordt veroorzaakt door de aanwezigheid van twee zeer grootschalige tuincentra, namelijk Oosterik van bijna 38.000 m² wvo en Borghuis 17.000 m² wvo. De nabijheid tot de grens speelt hier een sterke rol bij: Duitse con-

sumenten bezoeken over het algemeen graag Nederlandse tuinaanbieders. Dit is bijvoorbeeld ook merkbaar in de regio Noord-Limburg, waar ook een relatief ruim tuin-aanbod aanwezig is.

Drie initiatieven voor grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente

Geconcludeerd wordt dat Twente beschikt over bijzonder, grootschalig tuincentrumaanbod met een verzorgingsfunctie voor een zeer groot gebied, gelegen in zowel Nederland als Duitsland. In de doe-het-zelfbranche kent het aanbod een meer reguliere opbouw, waarin grootschalige aanbieders echter ontbreken. De combinatie van een grootschalige bouwmarkt met tuincentrum en drive-in is niet aanwezig in Twente.

Binnen Twente is de realisatie van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten beoogd. Deze zullen allen een eigen deel van Twente en het omliggende gebied (in Nederland en Duitsland) gaan bedienen. De ligging en begrenzing van deze gebieden is afhankelijk van de autobereikbaarheid en van de positionering van de drie vestigingen ten opzichte van elkaar. De keuze voor vestiging in de relatieve nabijheid van elkaar (in Enschede, Hengelo en Almelo) is ingegeven door de directe nabijheid van een grote consumentengroep in deze drie steden.

Figuur B3.1: Schematische weergave van de indicatieve verzorgingsgebieden (blauwe arcering) van de beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente (blauwe punt)



B3.2 Draagvlak Twente

Uit de meest recente bevolkingsprognose²⁴ blijkt dat de bevolkingsomvang van Twente licht zal groeien naar 630.545 inwoners in 2025 (tabel B3.1). De prognose wordt gegeven per vijfjaarsperiode (2020, 2025, 2030 etc.). Het jaar 2025 wordt aangehouden, omdat dit in de buurt van het einde van de bestemmingsplanperiode (10 jaar) ligt.

Als 'vuistregel' hanteren de grootschalige bouw-/tuinmarkten een marktgebied met circa 200.000 inwoners in de omgeving. Als dit wordt toegepast op Twente – met meer dan 600.000 inwoners – dan is er binnen dit gebied indicatief 'ruimte' voor 3 grootschalige bouw-/tuinmarkten.

Tabel B3.1: Bevolkingsontwikkeling naar gemeente

Gemeente	Jaar		
	2016	2020	2025
Almelo	72.425	72.440	72.073
Borne	22.343	22.422	22.320
Dinkelland	26.120	26.329	26.202
Enschede	158.351	160.455	161.267
Haaksbergen	24.332	24.384	24.243
Hellendoorn	35.651	34.941	33.823
Hengelo	81.075	82.185	82.109
Hof van Twente	34.881	34.532	34.300
Losser	22.444	22.763	22.688
Oldenzaal	32.110	33.042	33.455
Rijssen-Holten	37.875	38.590	39.085
Tubbergen	21.120	21.163	21.002
Twenterand	33.846	33.807	33.439
Wierden	23.952	24.407	24.539
Twente	626.525	631.460	630.545

Bestedingen

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking in geheel Twente bedraagt € 14.071,-. Dit is 6,8% lager dan het landelijk gemiddelde van € 15.100,-²⁵. In het algemeen wordt ervan uitgegaan dat de inkomenselasticiteit van de bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen 0,5²⁶ is, wat betekent dat van iedere 1% meer/minder inkomen de bestedingen 0,5% hoger/lager zijn. In Twente wordt daarom de besteding met circa 3,4% naar beneden bijgesteld. De netto omzet per hoofd van de bevolking voor doe-het-zelfzaken bedraagt € 206,- en voor tuincentra € 69,-²⁶. Na correctie bedraagt het bestedingscijfer voor de doe-het-zelfbranche € 199,- per hoofd van de bevolking. Voor tuincentra is dit respectievelijk € 67,-.

²⁴24 Bron: ABF Research – Primos Prognose 2015, Databank Provincie Overijssel.

²⁵25 Berekend op basis van het gemiddeld besteedbaar inkomen per gemeente (CBS 2016).

²⁶26 Bron: Omzetkengetallen 2015, Detailhandel.info en Pantaia, 2016.

Internetbesteding

Zoals vermeld in paragraaf 3.4, past BRO per saldo geen internetcorrectie toe op de toekomstige toonbankbestedingen in de relevante branches. De huidige afvloeiing naar internet is verdisconteerd in de gehanteerde bestedingscijfers.

B3.3 Koopstromen Twente

Haalbare koopstromen huidige en toekomstige situatie

Voor de raming van de koopstromen wordt navolgend uitgegaan van het scenario waarin zich drie grootschalige bouw- en tuinmarkten in Twente vestigen (Enschede, Hengelo, Almelo) en van invloed zullen zijn op de toekomstige koopstromen.

Koopkrachtbinding doe-het-zelfbranche Twente

Twente heeft een relatief sterk doe-het-zelfaanbod dat zich concentreert in de grote en middelgrote plaatsen van het gebied. Inwoners van Twente zullen vooral gericht zijn op het aanbod in de eigen regio en dan met name in de grote kernen Enschede, Almelo en Hengelo. Doordat grootschalige bouw-/tuinmarkten buiten het verzorgingsgebied op relatief grote afstand van Twente liggen, is het niet aannemelijk dat de afvloeiing erg hoog zal zijn. Verwacht wordt dat de koopkrachtbinding voor de doe-het-zelfbranche in de huidige situatie op 97% ligt. Deze zal in de toekomst nog kunnen stijgen naar 98% bij de realisatie van de beoogde drie grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente.

Koopkrachttoevloeiing doe-het-zelfbranche Twente

Als vermeld, concentreert het zwaartepunt van het doe-het-zelfaanbod zich in Almelo, Enschede en Hengelo. Deze plaatsen hebben reeds een sterke regiofunctie, zoals blijkt uit Koopstromenonderzoek Oost-Nederland (2015). De regionale aantrekkingskracht kan nog verder groeien bij de realisatie van de beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente. Een koopkrachttoevloeiing van 17,5% wordt passend geacht in de huidige situatie. In de toekomst zal deze kunnen stijgen tot circa 22,5%. In deze stijging komt de sterke aantrekkingskracht van grootschalige bouw-/tuinmarkten tot uitdrukking. Omgerekend betekent de toename van de koopkrachttoevloeiing namelijk dat – na de komst van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten – circa 8% meer consumenten dan nu uit het ‘secundaire’ marktgebied²⁷ doe-het-zelfproducten gaan kopen in Twente.

Koopkrachtbinding tuincentra Twente

Twente heeft een zeer ruim en divers tuincentrumaanbod. De meeste inwoners zullen binnen de eigen regio hun aankopen doen. Wel zal er enige afvloeiing bestaan naar grootschalige tuincentra buiten het verzorgingsgebied, zoals de Intratuin in Lochem, om-

²⁷ Het ‘secundaire’ marktgebied betreft alle Nederlandse gemeenten en alle Duitse gebieden die grenzen aan Twente. Dit gebied heeft afgerond 561.000 inwoners. Het bestaat uit de Nederlandse gemeenten: Berkeland, Deventer, Hardenberg, Lochem, Ommen en Raalte en uit de Duitse ‘gemeenten’: Ahaus, Gronau, Heek, Ochtrup en Vreden en het Landkreis Bentheim. Er wordt van uitgegaan dat 90% van alle toevloeiing uit dit ‘secundaire’ marktgebied afkomstig is.

dat consumenten voor een bezoek aan een tuincentrum bereid zijn verder te rijden dan voor doe-het-zelfaankopen. Een binding van 95% wordt passend geacht en deze binding zal in de toekomst op peil blijven, mede omdat het tuincentrumdeel van de beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente niet de bovenregionale aantrekkingskracht heeft die een aantal overige tuincentra in Twente wel hebben.

Koopkrachttoevloeiing tuincentra Twente

Met uitzondering van Lochem is het tuincentrumaanbod in de gemeenten rondom Twente relatief beperkt. Twente heeft daarentegen een zeer ruim tuincentrumaanbod, met vele grootschalige tuincentra. Daarbij zijn consumenten voor tuincentra bereid verder te reizen – dit geldt met name voor Duitse consumenten. Om deze redenen is het aannemelijk dat er behoorlijke toevloeiing bestaat. Een koopkrachttoevloeiing van 40% wordt passend geacht. Deze zal in de toekomst nog stijgen naar 43% bij de realisatie van de beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente. Een groot deel van deze toevloeiing zal afkomstig zijn van de Duitse consument.

B3.4 Economisch functioneren doe-het-zelf en tuin Twente

Functioneren doe-het-zelfbranche

In tabel B3.2 is op basis van de bovengenoemde uitgangspunten een berekening gemaakt van het economisch functioneren van de doe-het-zelfbranche in Twente. Net als bij de economische analyse in het relevante verzorgingsgebied (zie het tekstkader in paragraaf 3.6), worden twee maten voor de omzet per m² wvo gehanteerd: de realistische en de hoge norm. In de tabel B3.2 worden daarom de resultaten weergegeven van het realistische en het worst case scenario (gebaseerd op de hoge norm).

Tabel B3.2 Marktbenadering doe-het-zelfbranche Twente

	Huidig functioneren
Aantal inwoners	626.525
Bestedingen per hoofd	€ 199
Totale bestedingspotentieel	€ 124,7 mln.
Koopkrachtbinding	97%
Gebonden bestedingen	€ 121,0 mln.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	17,5%
Koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 25,7 mln.
Totale besteding	€ 146,7 mln.
Huidig wvo (m ²)	103.551
Omzet per m ² wvo	€ 1.420
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 1.536 / € 1.390
verschil in haalbare en gemiddelde omzet per m ² wvo	-7,6% / +2,2%
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	geen / +2.000

In de huidige marktomstandigheden ligt de omzet per m² wvo van de doe-het-zelfbranche in Twente nabij het landelijke gemiddelde. In deze marktomstandigheden is er een uitbreidingsruimte circa 2.000 m² wvo. Anders gezegd: er is een kwantitatieve behoefte aan uitbreiding in de doe-het-zelfbranche. In het worst case scenario (gebaseerd op de hoge norm) ligt de omzet per m² wvo in de doe-het-zelfbranche in Twente onder het landelijke gemiddelde. Het beperkte verschil met het gemiddelde (een verschil kleiner dan 10%; zie ook paragraaf 3.7) betekent dat er in Twente sprake is van gezonde marktomstandigheden met ruimte voor investeringen en uitbreiding van het doe-het-zelfaanbod.

Toekomstige functioneren doe-het-zelfbranche

In tabel B3.3 is het toekomstig functioneren van de doe-het-zelfmarkt in Twente weergegeven, waarbij rekening is gehouden met de omvang van de beoogde grootschalige bouw-/ tuinmarkten, het effect daarvan op de koopstromen en de bevolkingsontwikkeling.

De beoogde realisatie van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente heeft tot gevolg dat de gemiddelde omzet per m² in de doe-het-zelfbranche onder het landelijke gemiddelde uitkomt. Afhankelijk van de gehanteerde norm is dit verschil 12,9%-21,2%. In paragraaf B3.5 wordt bekeken welk effect dit heeft op de doe-het-zelfbranche in Twente.

Tabel B3.3: Marktbenadering toekomst doe-het-zelfbranche Twente (2025)

	2025
Aantal inwoners	630.545
Bestedingen per hoofd	€ 199
Totale bestedingspotentieel	€ 125,5 mln.
Koopkrachtbinding	98%
Gebonden bestedingen	€ 123,0 mln.
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	22,5%
Koopkrachttoevloeiing absoluut	€ 35.700.000
Totale besteding	€ 158.700.000
Huidig wvo (m ²)	103.551
+ Toekomstig oppervlak bij beoogde komst 3 bouw-/tuinmarkten*	130.851
Omzet per m ² wvo	€ 1.210
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 1.390 / € 1.536
verschil in haalbare en gemiddelde omzet per m ² wvo	-12,9% / -21,2%
<i>Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)</i>	<i>geen</i>

* Hierbij is uitsluitend het bouwmarktdeel van de beoogde ontwikkelingen van toepassing. Voor de ontwikkeling in Enschede en Almelo wordt uitgegaan van afgerond 10.000 m² wvo per vestiging. Het wvo van het bouwmarktdeel van de ontwikkeling in Hengelo is 7.300 m² wvo. Hierdoor neemt het oppervlak aan bouwmarkten in Twente toe met circa 27.300 m² wvo.

Functioneren tuincentra

In tabel B3.4 is op basis van de bovengenoemde uitgangspunten een berekening gemaakt van het huidige en toekomstige economisch functioneren van de tuincentra in Twente.

Tabel B3.4: Marktbenadering tuincentra Twente (huidig en in 2025)

	Huidig functioneren	2025
Aantal inwoners	626.525	630.545
Bestedingen per hoofd	€ 67	€ 67
Totale bestedingspotentieel	€ 42,0 mln.	€ 42,2 mln.
Koopkrachtbinding	95%	95%
Gebonden bestedingen	€ 39,9 mln.	€ 40,1 mln.
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	40%	42%
Koopkrachttoevoeiing absoluut	€ 26,6 mln.	€ 29,0 mln.
Totale besteding	€ 66,5 mln.	€ 69,1 mln.
Huidig wvo (m ²)	118.273	118.273
Toekomstig oppervlak bij beoogde komst 3 bouw-/tuintuinen*	N.v.t.	125.773
Omzet per m ² wvo	€ 560	€ 560
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo)	€ 675	€ 675

* Hierbij is uitsluitend het tuincentrumdeel van de beoogde ontwikkelingen van toepassing. Per ontwikkeling heeft dit een oppervlak van 2.500 m² wvo per bouw-/tuintuinmarkt. Hierdoor neemt het oppervlak aan tuincentra in Twente met circa 7.500 m² wvo toe.

In de huidige marktomstandigheden ligt de omzet per m² wvo van tuincentra in Twente onder het landelijke gemiddelde € 560/m² wvo versus € 675/m² wvo landelijk. Een verklaring voor deze marktomstandigheden is de aanwezigheid van enkele zeer grootschalige tuincentra in Twente. Door hun omvang functioneren deze waarschijnlijk met relatief lage omzet per m². Ook zullen deze winkels meer assortimenten voeren dan uitsluitend tuinartikelen – ook de verkoop van bijvoorbeeld woonartikelen en doe-het-zelfartikelen en/of de bestedingen in de koffi corner zullen bijdragen aan de omzet, maar de oppervlaktes van deze winkelonderdelen worden niet afzonderlijk meegenomen in het model.

Door de beoogde ontwikkelingen zal de markt voor tuincentra in Twente verder worden versterkt. Te meer, omdat het tuincentrum van de beoogde grootschalige bouw-/tuintuinen in combinatie met het bouwmarktdeel zal worden bezocht – vooral door bezoekers die van een grotere afstand komen. Dit effect komt tot uitdrukking in de hogere koopkrachttoevoeiing. Door deze ontwikkeling blijft de gemiddelde omzet per m² wvo in de tuincentra in Twente na de komst van de beoogde grootschalige bouw-/tuintuinen min of meer gelijk aan de huidige marktomstandigheden (tabel B3.4). Eventuele effecten van deze ontwikkeling zijn aan de orde in paragraaf B3.5.

Net als in de doe-het-zelfbranche (zie bovenstaande) werd in het onderzoek voor het initiatief in Hengelo een andere vloerproductiviteit gehanteerd in de tuinbranche. Deze bedroeg in 2014 € 520/m² wvo. In de huidige en in de toekomstige situatie ligt de omzet

per m² wvo in de tuinbranche in Twente dan ook juist boven de gemiddelde omzet per m² wvo die in 2014 gebruikelijk was. Ook hier lijkt dan ook een contradictie aan de orde in de kengetallen. In de tuinbranche kan geconcludeerd worden dat sprake is van gezonde marktomstandigheden met ruimte voor uitbreiding in Twente.

B3.5 Effecten grootschalige bouw-/tuinmarkten Twente

Doe-het-zelfbranche

In de voorgaande marktbenadering is meegenomen dat het aantal inwoners van Twente toeneemt en daarmee het draagvlak voor voorzieningen. Ook zullen de beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkten ervoor zorgen dat de toevloeiing toeneemt. Deze positieve markteffecten wegen niet geheel op tegen groei van het aanbod door de beoogde ontwikkeling in Twente, hetgeen leidt tot een omzetverdunding in de doe-het-zelfbranche. De gemiddelde omzet per m² wvo komt naar verwachting 12,9% tot 21,2% onder het landelijke gemiddelde uit. Overigens betekenen deze marktomstandigheden niet dat een groot deel van de doe-het-zelfzaken in Twente direct de deuren zullen sluiten. Het grootste deel van de branche zal, ondanks de lagere omzet per m² wvo, om de volgende redenen nog steeds economisch-duurzaam kunnen functioneren:

- Door de voortdurende schaalvergroting (zie paragraaf 2.1) in de doe-het-zelfbranche wordt dezelfde omzet over een steeds groter oppervlak verdeeld. Hierdoor neemt als vanzelf de omzet per m² in regio's af. Dit is desondanks acceptabel voor de winkels, omdat de totale omzet per winkel 'onder aan de streep' doorgaans toeneemt.
- Winkels hebben verschillende methoden om voldoende winst te kunnen blijven maken bij veranderende marktomstandigheden. Hierbij moet gedacht worden aan inkoopbeleid, openingstijden, personeelsbeleid, specialisatie / verbreding / verschuiving in het assortiment, andere doelgroep (bijvoorbeeld professionals).
- Opgemerkt wordt dat in de analyse geen rekening is gehouden met het sterke herstel van de woningmarkt (zie paragraaf 2.1), waardoor ook de bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinproducten (zullen) stijgen (doe-het-zelfwinkels hadden in juli/augustus 2016 +5%/+8% meer omzet ten opzichte van dezelfde maanden in 2015; CBS, 2016). Hiervan profiteren alle aanbieders in de markt.
- Tot slot doen eventuele effecten zich voor over een groot gebied: geheel Twente, waardoor effecten deels zullen 'verwateren'.

Ondanks bovenstaande omstandigheden zal het verschil in omzet per m² na de beoogde ontwikkelingen naar verwachting effect hebben op de doe-het-zelfbranche in Twente. Van belang daarbij is het volgende:

- In het algemeen wordt in ruimtelijk-economisch onderzoek aangenomen dat winkels nog steeds economisch-rendabel kunnen functioneren bij een omzet per m² wvo die 10% onder het landelijk gemiddelde ligt. Terwijl een verschil van 20% of meer als onaanvaardbaar wordt beschouwd. Het precieze omslagpunt is niet duidelijk, maar voor deze analyse wordt 10% verschil als ondergrens aangehouden.

- Als het doe-het-zelfaanbod nog economisch-duurzaam kan functioneren bij een omzet die 10% onder het landelijke gemiddelde ligt dan komt de ondergrens van de benodigde vloerproductiviteit uit op € 1.250 tot € 1.310 per m² wvo. In tabel B3.5 is bepaald wat het overaanbod is bij dat uitgangspunt. Verwacht wordt dat na de realisatie van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten het overaanbod uitkomt op 3.900 tot 15.900 m² wvo.

Tabel B3.5: Benadering overaanbod doe-het-zelfbranche na beoogde ontwikkeling Twente (2025)

	2025
Totale besteding (zie tabel B3.3)	€ 158,7 mln.
Toekomstig oppervlak bij beoogde komst 3 bouw-/tuinmarkten	130.851
Omzet per m ² wvo	€ 1.210
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m ² wvo) <u>minus 10%</u>	€ 1.250 / € 1.380
'Overaanbod' (m² wvo, afgerond)	-3.900 / -15.900

- In paragraaf 2.3 is onderbouwd dat de grootschalige bouw-/tuinmarkten vooral zullen concurreren met overige bouwmarkten. Twente beschikt momenteel (medio 2016) over 22 reguliere bouwmarkten (> 1.500 m²). Deze hebben een gemiddelde omvang van circa 3.000 m² wvo (Locatus, juli 2016). Dit betekent dat het 'overaanbod' uit één tot maximaal enkele bouwmarkten zal bestaan.
- Alleen in het worst case scenario doet zich sluiting van meerdere bouwmarkten voor. Zoals de naam al aangeeft, is het zeer onwaarschijnlijk dat het worst case scenario werkelijkheid wordt. In het realistische scenario (gebaseerd op een realistische norm voor de omzet per m²) doet zich hooguit sluiting van één bouwmarkt van gemiddelde omvang voor. Overigens heeft de komst van Hornbach in geen van de marktgebieden tot gevolg gehad dat de markt voor bouwmarkten verstoord werd. Zoals in bijlage 2 is te zien, blijkt dat er doorgaans juist geïnvesteerd wordt door bouwmarkten in een regio om de concurrentie met Hornbach aan te gaan.
- Mocht in het onwaarschijnlijke geval het worst case scenario gebeuren, dan blijft er voor de consument nagenoeg een gelijk aantal aanbieders in de doe-het-zelfbranche in Twente: meer dan 20 bouwmarkten, waarvan 3 grootschalig. Per saldo verbetert zelfs in worst case scenario de consumentenverzorging, omdat het totaal oppervlak in de sector toeneemt en er sprake van is vernieuwing door de komst van de vernieuwende aanbieders in de markt die voorzien in de behoeften van de consumenten.
- Het is op voorhand niet te voorspellen welke bouwmarkt(en) effect zullen ondervinden. Door het grote gebied zal het effect zich verspreid voordoen, waardoor ook de eventuele sluitingen verspreid zullen plaatsvinden. Hoewel onwaarschijnlijk, achten wij de kans op sluiting het grootst voor bouwmarkten in de steden waar een grootschalige bouw-/tuinmarkt wordt gerealiseerd, hetgeen neer zou komen op één per stad. Deze bouwmarkten merken immers de meeste concurrentie en de consumenten in die steden kunnen het gemakkelijkst uitwijken naar de nieuwkomer. Overigens wordt benadrukt dat dit de ontwikkeling in het onwaarschijnlijke, *worst case scenario*

betreft. In het realistische scenario wordt verwacht dat in werkelijkheid de effecten hooguit de sluiting van één bouwmarkt zullen betreffen.

- Consumenten zijn reeds bereid een relatief grote afstand af te leggen naar doe-het-zelfwinkels, waardoor het aanbod zich steeds meer concentreert in de grote steden in Twente. Aan deze situatie wijzigt niets door de komst van de drie beoogde grootschalige bouw-/tuinmarkten in Almelo, Hengelo en Enschede – met de eventuele sluiting van één of enkele reguliere bouwmarkten in Twente tot gevolg. Voor de consumenten in Twente blijft dan ook doe-het-zelfaanbod op aanvaardbare afstand beschikbaar.
- Tot slot staan de bouwkundige aspecten (efficiënte ‘dozenbouw’) van een bouwmarkt herinvulling met andersoortige perifere detailhandel of herontwikkeling naar een bedrijf in beginsel niet in de weg. Ook hebben de locaties van bouwmarkten doorgaans een ruime bestemming, waar naast bouwmarkten ook andersoortige (perifere) detailhandel en/of andersoortige bedrijvigheid is toegestaan. Het is daarom niet te verwachten dat de leegkomende bouwmarkt(en) structureel leeg blijft/blijven staan. Daarbij zullen eventuele leegstandseffecten verspreid over Twente plaatsvinden, waardoor de toename van de leegstand voor de lokale situatie beperkt blijft.

Relatie met het specialistisch doe-het-zelfaanbod

Eventueel kan de komst van een nieuwe bouwmarkt in een marktgebied bestaande, autonome processen in het specialistisch doe-het-zelfaanbod enigszins versnellen (zie hoofdstuk 2). Dit kan versnelde sluiting van lokaal doe-het-zelfaanbod tot gevolg hebben. Het feit blijft echter dat de onderliggende oorzaken daarvan dieper liggen en dat de concrete initiatieven van de grootschalige bouw-/tuinmarkten daar slechts een zijdelingse factor in zijn. Tevens zijn ruimten van leegkomende doe-het-zelfspeciaalzaak in beginsel prima opnieuw in te vullen / te herontwikkelen tot andersoortige detailhandel of een andere consumentgerichte functie.

Tot slot wordt opgemerkt dat de komst van de nieuwe grootschalige bouw-/tuinmarkten – met een zeer ruim assortiment en een aantrekkelijke prijsstelling – kan zorgen voor een opleving van het doe-het-zelfen in een regio. Hierbij kopen consumenten de ‘bulk’ bij de bouwmarkt en voor specialistisch productaanbod en service zal een deel van de consumenten de speciaalzaak (vaak om-de-hoek) bezoeken, waardoor de gehele sector profiteert van de vernieuwing in de markt door de komst van de grootschalige bouw-/tuinmarkten.

Effecten tuincentra

Na de beoogde komst van drie grootschalige bouw-/tuinmarkten in Twente zal de gemiddelde vloerproductiviteit voor de tuincentra gelijk blijven, terwijl het aanbod slechts beperkt wordt uitgebreid (het totaal oppervlak aan tuincentra neemt met 6% toe in Twente). Daarmee is het onwaarschijnlijk dat de komst van de ontwikkeling leidt tot onaanvaardbare effecten op het bestaande tuincentrumaanbod. De consumentenverzorging blijft dus op peil en de detailhandelsstructuur wordt niet ondermijnd.

